

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN  
INDUSTRI WISATA HALAL**

**(Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata  
Provinsi Nusa Tenggara Barat)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Minat  
Utama Manajemen Komunikasi**

**Oleh :**

**Malinda Hadianingsih  
NIM. 135120207111012**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**2018**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN  
INDUSTRI WISATA HALAL  
(Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata  
Provinsi Nusa Tenggara Barat)**

**Disusun Oleh:**

**Malinda Hadianingsih  
NIM. 135120207111012**

**Telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian Sarjana pada tanggal  
8 Oktober 2018**

**Ketua Majelis Sidang**



**Dian Tamitiadini, S.I.Kom., M.Si  
NIP/NIK. 201503904242001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Prof. Dr. Unti Ladjado, S.E., M.Si., Ak  
NIP. 196908141994021001**

**LEMBAR DAFTAR PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi ini telah diuji oleh tim penguji pada tanggal 8 Oktober 2018 dengan daftar penguji sebagai berikut :

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN PENGUJI</b>
1.	Dian Tamitiadini, S.I.Kom., M.Si	Ketua Majelis Sidang
2.	Azizun Kurnia Illahi, S.I.Kom., M.A	Anggota Sidang Majelis Penguji 1
3.	Nufian Susanti Febriani, S.I.Kom., M.I.Kom	Anggota Sidang Majelis Penguji 2

**Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi**

Nama : Malinda Hadianingsih

NIM : 135120207111012



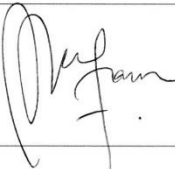
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Manajemen Komunikasi

Tanggal Ujian : 8 Oktober 2018

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Industri  
Wisata Halal (Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata  
Provinsi Nusa Tenggara Barat)

**TELAH DIREVISI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI**

No	Nama	Tanda Tangan
1.	Dian Tamitiadini, S.I.Kom., M.Si	
2.	Azizun Kurnia Illahi, S.I.Kom., M.A	
3.	Nufian Susanti Febriani, S.I.Kom., M.I.Kom	

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Malinda Hadianingsih

NIM : 135120207111012

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Manajemen Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Industri  
Wisata Halal (Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata  
Provinsi Nusa Tenggara Barat)

Menyatakan bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian,  
pemikiran, pemaparan asli dari karya sendiri. Semua sumber baik yang dikutip  
maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari  
pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan  
ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi  
akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Brawijaya.

Malang, 1 Oktober 2018



Malinda Hadianingsih

NIM. 135120207111012

v

## Daftar Riwayat Hidup

### Data Pribadi

Nama : Malinda Hadianingsih

Tempat, Tanggal Lahir : Mataram, 21 November 1994

Alamat : Jl. Sampoerna No. 1 RT/RW 009/279  
Bumi Gora Permai, Mataram, NTB

Nomor Handphone : 082237946118

Email : [malindaaahadia@gmail.com](mailto:malindaaahadia@gmail.com)

### Pendidikan

Periode	Instansi Pendidikan
2001-2007	SD Negeri 2 Cakranegara
2007-2010	SMP Negeri 2 Mataram
2010-2013	SMA Negeri 2 Mataram
2013-2018	Universitas Brawijaya

### Pengalaman Organisasi

- Anggota LSO EO miXth sebagai Media Planner
- Anggota EO HYPE sebagai Media-Sponsor
- Fasilitator Ospek Jurusan Ilmu Komunikasi 2014
- Magang di Lembaga Kantor Berita Nasional ANTARA

## Keahlian

- Microsoft Office
- Good Communication
- Teamwork
- Mampu Berbahasa Indonesia dan Inggris



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan kuasaNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Industri Wisata Halal (Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir dalam masa perkuliahan dan menjadi prasyarat kelulusan studi Strata Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya Malang.

Pembuatan dan penyusunan skripsi ini tidak akan serta merta berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT dan junjungan Besar Rasulullah SAW, karenaNya peneliti diberi kesehatan, kemampuan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Unti L., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Dr. Antoni, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
4. Ibu Dian Tamitiadini, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang tidak segan selalu memberikan saran, arahan dan panduan selama proses pengerjaan skripsi ini serta motivasi semangat disetiap akhir bimbingan.
5. Ibu Azizun Kurnia Illahi, S.I.Kom., M.A dan Ibu Nufian Susanti F, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji skripsi yang sudah memberikan saran untuk skripsi peneliti.
6. Bapak Harris Jayadi, SE dan Ibu Anet selaku informan peneliti pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat yang sudah memberikan informasi dan data-data yang peneliti butuhkan untuk penyusunan skripsi ini.



7. Orang tua peneliti bapak Imam Hanurawan, SH dan mama Marlina yang selalu dengan tulus menyayangi peneliti, pengorbanan materi selama proses perkuliahan peneliti, nasihat-nasihat agar peneliti menjadi mahasiswi yang baik, serta dukungan semangat dan motivasi untuk peneliti dalam proses perkuliahan dari awal sampai peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara kandung laki-laki peneliti Iqbal Rizqullah, adik laki-laki yang sudah mendukung peneliti dan selalu bawel dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat tersayang peneliti, sahabat-sahabat kampus, bukan hanya sekedar sahabat melainkan keluarga kedua di Malang. Ismiya Mustikasari, Tiara Amelia, Pamela Sakina, Almaas Navy D, Dessyta Putri, Artarina Dwi P. Terimakasih untuk waktu, kasih sayang, perhatian, canda tawa, marahannya, berantemnya, susahnyanya, kesedihannya, kebokekan kita bersama dan semua kenangan-kenangan dari awal maba tahun 2013 sampai dimana kita berpisah satu-persatu di tahun 2018 ini. See you on top!!!
10. Sahabat-sahabat kosan peneliti, keluarga ketiga di Malang Kost Putri Muslimah Griya Shanta F.237 Soekarno-Hatta. Rara Kaedia Diandra, Devi Puspitasari, Siska Yuliasuti, Nurul Hidayati, Ratih Ayu Pramita. Terimakasih untuk hiburannya, obat pelipur lara peneliti selama di Malang. See you on top!!!
11. Teman-teman program studi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya Malang angkatan 2013 yang saling memberikan semangat dan dukungan, serta pengalaman-pengalaman selama masa perkuliahan.
12. Serta seluruh pihak-pihak yang membantu dan mendukung dalam proses penyusunan dan pengumpulan skripsi peneliti.

Peneliti berharap skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Industri Wisata Halal (Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat)”** ini dapat berguna bagi banyak pihak dalam penelitian selanjutnya. Peneliti memahami betul skripsi ini tidaklah sempurna sehingga besar harapan di masa mendatang dapat diperbaiki dan riset lebih mendalam agar semua tujuan dan harapan dalam penelitian

selanjutnya menjadi lebih baik lagi. penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Malang, Oktober 2018

Malinda Hadianingsih



## ABSTRAK

Malinda Hadianingsih. 2018. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Brawijaya. **Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Industri Wisata Halal (Studi Kualitatif Deskriptif pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat)**. Pembimbing: Dian Tamitiadini, S.I.Kom., M.I.Kom.

---

Munculnya *trend* industri pariwisata halal merupakan sebuah industri wisata baru yang berkembang di Indonesia. Pertumbuhan penduduk Muslim dunia yang berpengaruh signifikan terhadap perkembangan wisata halal saat ini. Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan provinsi yang menjadi daerah berpotensi untuk wisata halal berskala International. Atas kebijakan dari pemerintah melalui terbitnya Peraturan Gubernur dan Peraturan Daerah serta keberhasilan yang diraih pulau Lombok dalam ajang *World Halal Tourism Award* pada tahun 2015 dan 2016 di Abu Dhabi.

Dalam pengembangan wisata halal tentunya fasilitas dan pelayanan harus sesuai dengan kriteria-kriteria dalam syariat Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan strategi Dinas Pariwisata terkait implementasinya dalam proses pengembangan industri halal yang meliputi destinasi, pemasaran dan promosi, kelembagaan, pembinaan dan pengawasan. dengan Penelitian ini menggunakan metode peneltian kualitatif deskriptif dengan dokumentasi dan wawancara semi-terstruktur (*semi structured interview*) kepada informan Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pengembangan industri wisata halal pada provinsi Nusa Tenggara Barat Lombok sudah cukup berjalan dengan baik. Sesuai dengan target kunjungan wisatawan mencapai 20 juta kunjungan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia prov. NTB khususnya pulau Lombok gencar memprpmosikan wisata halal, dengan usaha pemerintah dan komitmen bersama dari para aktor formal amupun non formal untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke pulau Lombok.

**Kata Kunci : Pariwisata Halal, Provinsi NTB, Dinas Pariwisata Prov. NTB**

## ABSTRACT

Malinda Hadianingsih. 2018. Communication Science. Faculty of Social and Political Sciences. Brawijaya University. **Tourism Communication Strategy in the Development of Halal Tourism Industry (Descriptive Qualitative Study at the Tourism Office of the Province of West Nusa Tenggara)**. Advisor: Dian Tamitiadini, S.I.Kom., M.I.Kom.

---

The emergence of the halal tourism industry trend is a new tourism industry that is developing in Indonesia. The growth of the world's Muslim population has a significant influence on the development of halal tourism. West Nusa Tenggara Province is a province that has the potential for halal tourism on an international scale. On the policy of the government through the issuance of the Governor's Regulation and Regional Regulations and the success achieved by Lombok island in the World Halal Tourism Award in 2015 and 2016 in Abu Dhabi.

In the development of halal tourism, facilities and services must be in accordance with the criteria in Islamic law. The purpose of this study is to describe and explain the strategy of the Tourism Office in relation to its implementation in the halal industry development process which includes destinations, marketing and promotion, institutional, guidance and supervision. with this study using descriptive qualitative research methods with documentation and semi structured interviews to inform the West Nusa Tenggara Province Tourism Office informants.

The results of this study revealed that the development of the halal tourism industry in the province of West Nusa Tenggara, Lombok was quite well. In accordance with the target of tourist visits reached 20 million visits by the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia prov. NTB, especially the island of Lombok, aggressively promotes halal tourism, with government efforts and joint commitment from formal and non-formal actors to be able to increase tourist visits to the island of Lombok.

**Keywords: Halal Tourism, Province of West Nusa Tenggara, West Nusa Tenggara Province Tourism Office**

## DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	v
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pariwisata.....	9
2.1.1 Wisatawan.....	10
2.1.2 Obyek Dan Daya Tarik Wisata.....	10
2.1.3 Potensi Wisata.....	12
2.2 Pariwisata Halal.....	13
2.3 Pengembangan Pariwisata.....	14
2.4 Promosi Pariwisata.....	16
2.4.1 <i>Tourism Marketing Activities</i> .....	16

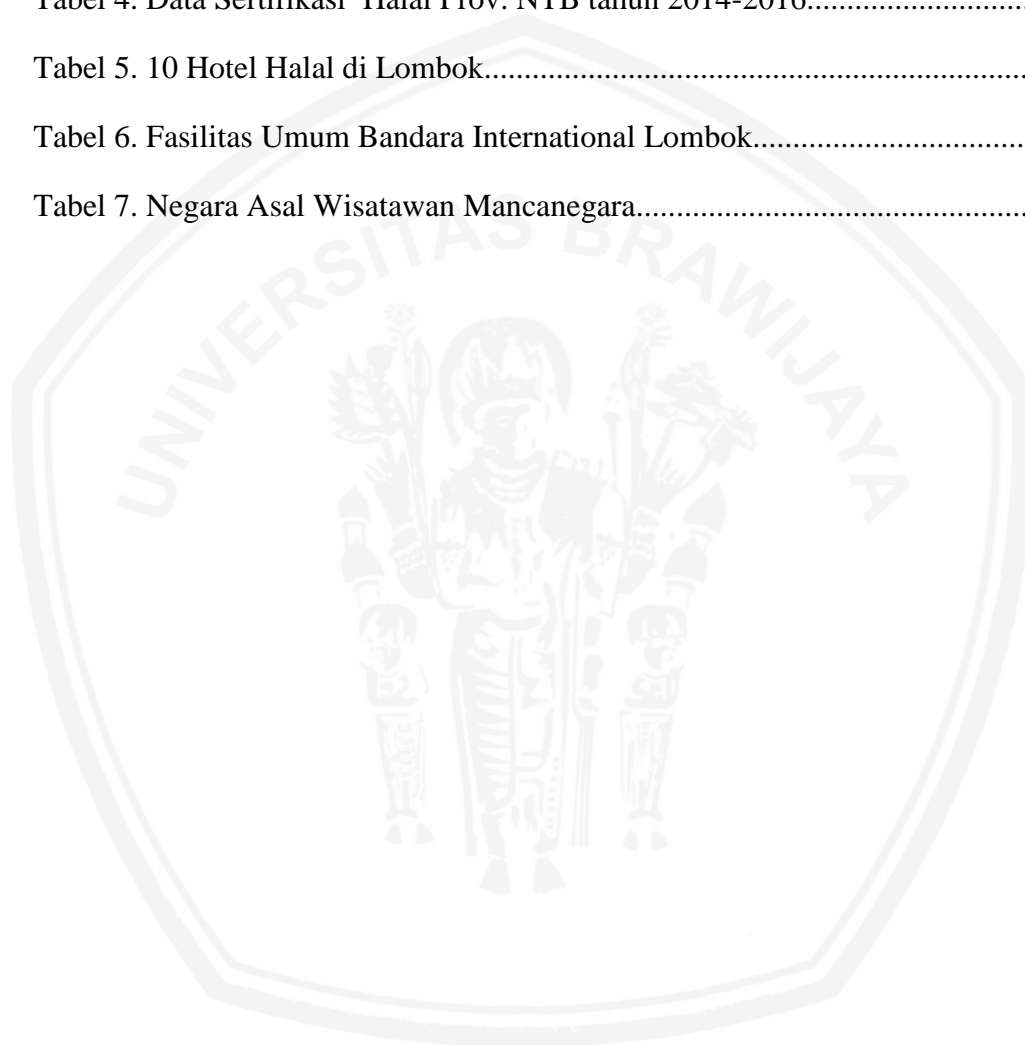
2.4.2 Tujuan Promosi atau Pemasaran Daerah Wisata.....	18
2.5 Komunikasi Pariwisata.....	19
2.5.1 Aktor Yang Terlibat dalam Pemasaran Pariwisata.....	20
2.6 Peranan Apatur Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata.....	21
2.7 Kerangka Pemikiran.....	22
2.8 Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Fokus Penelitian.....	29
3.4 Sumber Data.....	29
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	35
3.8 Etika Penelitian.....	37
BAB VI.....	39
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Prov. NTB.....	43
4.1.2 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Prov. NTB.....	43
4.1.3 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Prov. NTB.....	44
4.1.4 Profil Informan.....	45
4.2 Penyajian Data.....	47
4.2.1 Pariwisata Halal.....	47
4.2.2 Promosi Pariwisata Halal.....	60

4.2.3 Strategi Pengembangan Pariwisata Halal.....	63
4.2.4 Kendala dalam Promosi Pariwisata.....	72
4.3 Analisis Data.....	73
4.3.1 Perkembangan Industri Wisata Halal Lombok.....	73
4.3.2 Strategi Komunikasi Pariwisata.....	76
4.3.3 Media Komunikasi dalam Pengembangan Wisata Halal.....	82
4.4.4 Kendala dalam Pengembangan Wisata Halal.....	87
4.4.5 Model Pengembangan Wisata Halal.....	88
BAB V.....	91
PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis.....	93
5.2.2 Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2. Kunjungan Wisman Menurut Pintu Masuk.....	43
Tabel 3. Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Pulau Lombok.....	52
Tabel 4. Data Sertifikasi Halal Prov. NTB tahun 2014-2016.....	54
Tabel 5. 10 Hotel Halal di Lombok.....	57
Tabel 6. Fasilitas Umum Bandara International Lombok.....	60
Tabel 7. Negara Asal Wisatawan Mancanegara.....	62





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Penduduk Muslim Dunia.....	2
Gambar 2. Komponen-Komponen Pariwisata.....	20
Gambar 3. Komponen-Komponen dalam Analisis Data Model Interaktif.....	33
Gambar 4. Provinsi Nusa Tenggara Barat.....	40
Gambar 5. Penghargaan Wisata Halal.....	49
Gambar 6. Branding Wisata Halal Lombok.....	50
Gambar 7. Sosialisasi Perda No. 2 Tahun 2016.....	64
Gambar 8. Sosialisasi Perda No. 2 Tahun 2016.....	64
Gambar 9. Instagram Dinas Pariwisata Prov. NTB.....	65
Gambar 10. Instagram GENPI Lombok Sumbawa.....	66
Gambar 11. Facebook Dinas Pariwisata Prov. NTB.....	66
Gambar 12. Website wonderfullomboksumbawa.com.....	67
Gambar 13. Website Dinas Pariwisata Prov. NTB.....	67
Gambar 14. Kunjungan FORJIM.....	68
Gambar 15. Berita Tentang Pariwisata Halal NTB.....	69
Gambar 16. Event Pesona Khazanah Ramadhan 2017.....	71
Gambar 17. Suasana Bazar Festival Khazanah Ramadhan.....	71
Gambar 18. Pengunjung yang Sedang Menikmati Masjid Islamic Center.....	72

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Indonesia dapat dilihat semakin banyaknya destinasi wisata yang muncul dan menjadikan sektor pariwisata memiliki peranan penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan daerah. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah yang didalamnya mengatur tentang otonomi daerah dapat memperluas gerak pemerintah daerah dalam berbagai bidang untuk membangun daerahnya, termasuk dalam pembangunan pariwisata yang menjadi salah satu faktor penggerak perekonomian, karena pariwisata dapat menciptakan lapangan pekerjaan, investasi, peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, serta devisa bagi negara. Seperti yang dikemukakan Spillane dalam Hari Hartono yang menyatakan bahwa:

*Peranan pariwisata dalam pembangunan wisata pada garis besarnya berintikan tiga segi, yakni segi ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), segi sosial (penciptaan lapangan pekerjaan), dan segi kebudayaan (memperkenalkan budaya kita kepada wisatawan-wisatawan asing). Ketiga segi tersebut tidak saja berlaku bagi wisatawan-wisatawan asing, tetapi juga untuk wisatawan-wisatawan domestik yang kian meningkatkan peranannya (1989, h.54).*

Pengembangan pariwisata yang saat ini sedang menjadi tren adalah pariwisata halal atau wisata halal. Sebuah laporan yang diterbitkan oleh *World Travel Market* di London pada tahun 2007 disebutkan bahwa ada potensi yang sangat besar bagi pariwisata halal dari segi ekonomi, dimana pariwisata halal merupakan tujuan wisata baru di dunia sekarang ini. Ada beberapa hal yang menjadi acuan dalam pengembangan wisata halal yaitu jumlah pertumbuhan penduduk Muslim dunia sangat besar seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki dan negara-negara Timur Tengah.

Menurut *Pew Research Center* (kelompok jajak pendapat di Amerika Serikat), bahwa jumlah penduduk Muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 miliar atau 23 persen jumlah penduduk dunia. Jumlah penduduk Muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah umat Kristiani sebesar 2,2 miliar atau 31 persen penduduk dunia (*Worldaffairsjournal*, 2015). Diperkirakan hingga tahun 2050, penduduk muslim mencapai 2,8 miliar atau 30 persen penduduk dunia.

Pada gambar berikut menunjukkan pertumbuhan penduduk Muslim dunia dibandingkan dengan penduduk lainnya:

### Size and Projected Growth of Major Religious Groups

Size and Projected Growth of Major Religious Groups

	2010 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2010	PROJECTED 2050 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2050	POPULATION GROWTH 2010-2050
Christians	2,168,330,000	31.4%	2,918,070,000	31.4%	749,740,000
Muslims	1,599,700,000	23.2	2,761,480,000	29.7	1,161,780,000
Unaffiliated	1,131,150,000	16.4	1,230,340,000	13.2	99,190,000
Hindus	1,032,210,000	15.0	1,384,360,000	14.9	352,140,000
Buddhists	487,760,000	7.1	486,270,000	5.2	-1,490,000
Folk Religions	404,690,000	5.9	449,140,000	4.8	44,450,000
Other Religions	58,150,000	0.8	61,450,000	0.7	3,300,000
Jews	13,860,000	0.2	16,090,000	0.2	2,230,000
<b>World total</b>	<b>6,895,850,000</b>	<b>100.0</b>	<b>9,307,190,000</b>	<b>100.0</b>	<b>2,411,340,000</b>

Source: The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050

**Gambar 1. Pertumbuhan Penduduk Muslim Dunia**

Sumber: *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010 – 2050. PEW Research Center (Worldaffairsjournal, 2015)*

Indonesia termasuk negara yang merupakan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, dengan jumlah penduduk Muslim sebesar 207.176.162 (BPS, 2010-2035) negara dengan jumlah penduduk mayoritas Muslim berpeluang untuk dapat mengembangkan wisata halal. Wisata halal ini merupakan pariwisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan khususnya wisatawan Muslim yang sesuai dengan kriteria-kriteria dalam aturan Islam. Kebutuhan dasar wisatawan Muslim yang dimaksud seperti fasilitas-fasilitas untuk beribadah, tersedianya makanan dan minuman dengan jaminan halal, serta beberapa fasilitas lainnya yang sesuai dengan aturan Islam.

Beberapa negara di Asia juga telah mencoba untuk mengembangkan wisata halal seperti Malaysia. Malaysia merupakan urutan pertama negara OKI (Organisasi Kerjasama Islam) yang diberikan oleh Global Travel Muslim Index 2016 sebagai destinasi pariwisata halal terbaik. Bahkan negara yang merupakan minoritas penduduk Muslim seperti, Jepang, Korea Selatan dan Thailand mencoba untuk mengembangkan wisata halal. Thailand adalah salah satu negara di Asia Tenggara dimana negara Thailand merupakan negara non-Muslim yang didominasi oleh agama Budha. Jumlah penduduk mayoritas Muslim yang berpusat di bagian Selatan seperti di provinsi Phuket dan Krabi hanya berkisar 5% dari total keseluruhan penduduk Thailand. Saat ini pariwisata halal telah berkembang pesat di Thailand. Menurut laporan *MasterCard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index 2016*, Thailand berada di posisi kedua setelah Singapura, negara non OKI (Organisasi Kerjasama Islam) yang banyak dikunjungi oleh wisatawan Muslim.

Dikutip dari jurnal yang berjudul *Guidlines on Halal Tourism Management on Andaman Sea Cost of Thailand*:

*Halal tourism is a new business concept that has been initiated in order to cater for Muslim tourist needs when they are on vacation. The initiative for developing Halal tourism in Thailand will focus on providing Halal services when the Muslim tourists are traveling. Due to the demand from the Muslim market towards Halal services, it is essential for Thailand to develop a concept for Halal tourism to be enforced by the Government of Thailand (2015, page.794)*

Berdasarkan jurnal diatas pengembangan wisata halal yang dilakukan pemerintah Thailand berfokus pada penyediaan layanan halal, seperti makanan yang dijamin halal, tempat beribadah seperti Masjid dan akomodasi para wisatawan untuk mengembangkan pariwisata Halal saat para wisatawan yang beragama Muslim berkunjung. Pariwisata halal di Thailand merupakan salah satu produk wisata yang penting untuk memenuhi kebutuhan kaum muslim bagi pariwisata Thailand, khususnya daerah pengelolaan pariwisata di pantai Laut Andaman Thailand melayani wisatawan dari negara-negara Muslim. Hasil dari penelitian ini memberikan informasi secara mendasar kepada pemerintah yang membuat kebijakan dan bisnis sektor untuk secara efektif mengembangkan, mempromosikan, mengantarkan produk dan layanan yang memenuhi permintaan unik pariwisata halal Thailand.

Di Indonesia sendiri salah satu provinsi yang sedang melakukan pengembangan pariwisata Halal adalah provinsi Nusa Tenggara Barat. Selain provinsi Nusa Tenggara Barat pemerintah telah menunjuk beberapa daerah yang menjadi prioritas nasional pembangunan pariwisata halal, yaitu provinsi Sumatera Barat dan provinsi Aceh (Kemenpar, 2015). Sebagai salah satu daerah prioritas nasional pembangunan wisata halal, prov. NTB yang mempunyai visi dan misi

daerah sejalan dengan adanya pengembangan industri wisata halal yaitu, pertama dengan terbitnya Peraturan Gubernur Nomor 51 Tahun 2015 (pergub) berbunyi

- a. *Bahwa pariwisata merupakan salah satu aspek pembangunan di bidang ekonomi yang mampu mempercepat perkembangan perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat;*
- b. *Bahwa pemangku kepentingan industri pariwisata, baik Pemerintah, Majelis Ulama Indonesia, swasta dan seluruh elemen masyarakat, bekerjasama untuk megembangkan usaha Pariwisata Halal;*
- c. *Bahwa Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia, maka setiap pemangku kepentingan industri pariwisata harus menyiapkan fasilitas dan sarana pariwisata yang memenuhi Pariwisata Halal;*
- d. *Bahwa usaha Pariwisata Halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah;*
- e. *Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d, perlu membentuk Peraturan Daerah tentang Pariwisata Halal.*

Adanya Peraturan Gubernur tentang Pariwisata Halal pada point huruf e maka terbitlah Peraturan Daerah (perda) Nomor 2 Tahun 2016 yang tercantum dalam pasal 6 mengenai destinasi pariwisata halal di NTB. Peraturan Daerah (perda) No 2 Tahun 2016 Pasal 6 berbunyi:

1. *Destinasi Pariwisata Halal meliputi atraksi wisata alam dan wisata budaya.*
2. *Pengelola Destinasi Pariwisata Halal harus membangun fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan halal.*
3. *Fasilitas umum sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas:*
  - a. *Tempat dan perlengkapan ibadah wisatawan Muslim; dan*
  - b. *Fasilitas bersuci yang memenuhi standar syari'ah;*

Kedua, mewujudkan masyarakat prov. NTB yang beriman, maksud dari kata “beriman” dimaknai dengan kultur masyarakat yang agamis sebagaimana jati diri masyarakat prov. NTB khususnya pulau Lombok sudah dikenal dalam penerapan nilai-nilai syariat islam, tingginya semangat beragama masyarakat



sebagai faktor pendorong implementasi program-program yang ditetapkan pemerintah. Selain terbitnya pergub dan perda faktor penunjang prov. NTB semakin gencar melakukan pengembangan industri wisata halal adalah prov. NTB khususnya Pulau Lombok mendapat penghargaan sebagai *World Best Halal Honeymoon Destination* dan *World Best Halal Tourism Destination* dalam acara *The World Halal Travel Summit/Exhibition* pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2016 mendapatkan penghargaan dalam tiga kategori sebagai *World Best Halal Honeymoon Destination*, *World Best Halal Travel Website* dan *World Best Halal Beach Resort*.

Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Pulau Lombok merupakan salah satu usaha dalam rangka menggali sumber-sumber pendapatan daerah, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan lapangan pekerjaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan cara menempatkan sektor dan mengembangkan potensi wisata. Potensi wisata yang dimiliki oleh Pulau Lombok adalah potensi budaya dan wisata alam yang sangat mendukung pengembangan pembangunan industri pariwisata halal di Lombok. Hal ini berdasarkan dari wawancara dengan salah satu informan pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat Ibu Husnayati Anet mengatakan:

*“Potensi dari potensi budaya atau aktrasi alam. Dari alamnya bisa dilihat ya misalnya keindahan pantai yang mengelilingi provinsi NTB sebagai provinsi kepulauan yang rata-rata pantainya berpasir putih lalu juga dilengkapi dengan adanya pulau-pulau kecil yang mengitari dari provinsi tersebut. Kalo dari potensi budaya lumayan banyak ya mulai dari masyarakat Lombok yang terkenal dengan sopan santunnya sama wisatawan, terus salah satunya budaya yang masih khas rumah adat suku Sasak Desa Sade, Masjid Kuno di Bayan mmm..ya kurang lebih seperti itu ya mbak” (Wawancara dengan Husnayati Anet 1 Februari 2018)*

Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki kelebihan dari daerah-daerah lainnya di Indonesia dari segi potensi budaya dan wisata alam. Seperti yang sudah dijelaskan oleh informan peneliti bahwa Pulau Lombok memiliki potensi budaya, salah satu contoh dari potensi budaya adalah penduduk asli Lombok suku Sasak yang memiliki adat budaya yang masih khas dan belum ada percampuran dari modernisasi. Selain potensi budaya ada juga potensi alam, yaitu keindahan pantai-pantai yang mengelilingi pulau Lombok serta mayoritas penduduk beragam Muslim dan memiliki adat budaya menjadikan prov. NTB menjadi daerah yang cocok untuk pengembangan wisata halal. Dengan adanya potensi-potensi wisata yang dimiliki maka pemerintah kian bersemangat untuk mengembangkan industri wisata halal provinsi Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan kebijakan pergub dan perda dari pemerintah Gubernur provinsi Nusa Tenggara Barat TGB. H. Zainul Majdi terus berupaya dan gencar untuk melakukan strategi pengembangan industri wisata halal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata halal secara umum melibatkan beberapa pihak, yaitu pemerintah yang diwakilkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dari berbagai ulasan yang telah diuraikan diatas maka dengan adanya penghargaan yang telah diraih pulau Lombok dalam *World Best Award* dua tahun berturut-turut tersebut maka hal ini sungguh menarik untuk diteliti, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana proses pengembangan pariwisata halal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi komunikasi pariwisata dalam pengembangan industri wisata halal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi pariwisata dalam pengembangan wisata halal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai sumber yang dapat di jadikan dasar pertimbangan bagi peneliti dengan bidang yang telah di tempuh selama perkuliahan yaitu manajemen komunikasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Dari penelitian ini diharapkan dapat masukan dan sumbangan pemikiran kepada Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat sebagai acuan untuk lebih dapat melakukan kegiatan dalam pengembangan pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka ini, peneliti akan memaparkan beberapa argumen dan teori sebagai acuan dalam membahas data-data yang didapatkan dari penelitian. Menurut peneliti, beberapa teori yang peneliti anggap berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 2.1 Pariwisata

Menurut Yoeti (1983, h.3) kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar, putar dan wisata yang berarti perjalanan, berpergian. Atas dasar itulah maka pariwisata diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali, berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lainnya. Konsep pariwisata menurut Dirjen Pariwisata adalah:

*Seluruh kegiatan wisatawan dalam perjalanan dan persinggahannya sementara dengan motivasi yang beranekaragam yang menimbulkan permintaan akan barang dan jasa dan seluruh kegiatan yang dilakukan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat di daerah atau Negara tujuan wisata, yaitu di dalam proses secara keseluruhan menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan ekonomi, sosial budaya, politik dan hankamnas untuk di manfaatkan bagi kepentingan penduduk bangsa dan Negara (1983, h.3).*

Sedangkan menurut *World Tourism Organization* (WTO) definisi Pariwisata merupakan suatu kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya.

Dari berbagai macam definisi dari pariwisata di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan sektor pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke daerah wisata.

### **2.1.1 Wisatawan**

Wisatawan menurut James Spillane dalam Prajogo adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu (1989, h.21). Sedangkan arti Wisatawan menurut International Union off Travel seperti yang dikutip oleh Pendit yaitu:

*Seseorang atau setiap orang yang mengadakan perjalanan selama 24 jam atau lebih dalam suatu Negara yang lain daripada yang biasanya ia tinggal dengan tujuan untuk menggunakan waktu senggang untuk rekreasi, berlibur, untuk keperluan kesehatan, untuk menjalankan ibadah maupun olahraga. Disamping itu untuk keperluan usaha, kunjungan keluarga dan menjalankan tugas-tugas konferensi (1994, h.48).*

### **2.1.2 Obyek dan DayaTarik Wisata**

Menurut Yoeti (1985, h.158) objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Namun dalam Peraturan Pemerintah nomor 24 Tahun 1999 sebagaimana dikutip oleh Musanef (1995, h. 175) menyatakan bahwa pbjek wisata adalah perwujudan ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal 4 ayat 1 menyebutkan bahwa obyek dan daya tarik wisata terdiri dari:

- a. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
- b. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah purbakala, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Sedangkan menurut Musanef (1995, h. 175), obyek dan daya tarik wisata dapat dibagi menjadi:

1. Obyek dan daya tarik wisata alam, yang terdiri atas:

a) Obyek dan daya tarik wisata yang terdapat di kawasan konservasi, yaitu kawasan hutan atau kawasan pelestarian alam yang pengelolaan dan pengawasannya berada dalam wewenang Departemen Kehutanan Dirjen Perlindungan Hutan dan Pelestarian Alam. Obyek dan daya tarik wisata ini seperti Taman Nasional, Taman Wisata, Taman Buru, Taman Laut, Taman Hutan Raya, dan sebagainya.

b) Obyek dan daya tarik wisata yang terdapat di luar kawasan konservasi. Obyek dan daya tarik wisata ini seperti yang dikelola Pemda, Perum, Perhutani, dan Taman Safari.

## 2. Obyek dan daya tarik Wisata Budaya

Yang termasuk obyek dan daya tarik wisata budaya seperti peninggalan sejarah, antara lain, Candi, Kraton, Prasasti, Monumen, dan sebagainya.

## 3. Obyek dan daya tarik Wisata Minat Khusus

Yang termasuk obyek dan daya tarik wisata minat khusus seperti wisata agro, wisata buru, wisata tirta, wisata kesehatan, dan sebagainya.

### 2.1.3 Potensi Wisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994, h.784) pengertian potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan; kekuatan; kesanggupan; daya. Maka pengertian dari potensi wisata adalah segala kemampuan atau daya yang dimiliki yang dapat diolah atau dimanfaatkan sebagai obyek wisata yang dapat dinikmati keindahannya. Potensi wisata ini dapat berupa obyek wisata pantai, taman rekreasi, dan pemandian. Wisata air terjun, serta wisata alam (gunung). Pengolahan atau pemanfaatan ini juga harus memperhatikan keseimbangan lingkungan sebagai tempat terdapatnya obyek wisata. Pemanfaatan potensi ini harus dilakukan dengan etika dan niat yang baik agar bermanfaat, karena pemanfaatan yang salah akan menjadikan potensi itu tidak berguna dan dapat merugikan orang lain.

## 2.2 Pariwisata Halal

Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992.

Menurut Sofyan (2012, h.33) definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Selain istilah wisata syariah, dikenal juga istilah *Halal tourism* atau Wisata Halal.

Pada peluncuran wisata syariah yang bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Semeru Room, Lantai 6, Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Kemayoran, Jakarta Pusat, Rabu (30/10/2013), *President Islamic Nutrition Council of America*, Muhammad Munir Caudry, menyampaikan bahwa:

*“Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”.*

Menurut Pavlove dalam Razzaq, Hall & Prayag, Halal atau *Islamic tourism* didefinisikan sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen sesuai dengan ajaran Islam. Banyak negara di dunia Islam yang memanfaatkan kenaikan permintaan untuk layanan wisata ramah

Muslim (Razzaq, Hall, & Prayag, 2015). Sedangkan menurut Sapta Nirwandar (2015) dalam (Achyar, 2015) keberadaan wisata halal sebagai berikut:

*“Halal tourism adalah extended services. Kalau tidak ada dicari, kalau ada, bisa membuat rasa aman. Wisata halal bisa bergandengan dengan yang lain. Sifatnya bisa berupa komplementer, bisa berupa produk sendiri. Misalnya ada hotel halal, berarti membuat orang yang mencari hotel yang menjamin kehalalan produknya akan mendapatkan opsi yang lebih luas. Ini justru memperluas pasar, bukan mengurangi. Dari yang tadinya tidak ada, jadi ada”.*

### 2.3 Pengembangan Pariwisata

Untuk menggalakkan pembangunan perekonomian dalam suatu pertumbuhan yang berimbang, pariwisata dapat diharapkan memegang peranan penting dan sebagai katalisator untuk mengembangkan sektor-sektor lain secara bertahap. Pertumbuhan yang berimbang bagi perekonomian itu dapat terjadi sebagai akibat majunya pertumbuhan industri pariwisata yang dikembangkan dengan baik.

Menurut Musanef (1995, h.1) pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan sarana prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan.

Kebijakan dalam pengembangan pariwisata pada dasarnya sejalan dengan rencana pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah. Hal itu dapat dilihat dari sasaran pengembangan pariwisata, Yoeti (1997, h.33) adalah:

1. Berusaha memelihara kebudayaan serta tata lingkungan karena hal ini merupakan kekayaan Indonesia sebagai daya tarik wisatawan yang bermanfaat bagi bangsa Indonesia.



2. Perbaikan-perbaikan terutama diharapkan pada peningkatan dan rehabilitasi berdasarkan skala prioritas yang ditentukan, baik dari obyek-obyek wisata maupun sarana dana prasarana yang menunjang sektor pariwisata.
3. Menyelenggarakan suatu pemasaran kepariwisataan yang terkoordinasi dan sistematis serta terarah secara terus menerus.
4. Mengadakan pembinaan, bimbingan serta pengadaan tenaga kerja yang terdidik dalam sektor pariwisata.
5. Menyelenggarakan usaha bidang penelitian pengembangan sehingga dapat mewujudkan suatu mekanisme yang menampung, mengelola data-data kepariwisataan yang penting artinya bagi pengembangan selanjutnya.
6. mengadakan pembinaan dan pengaturan kelembagaan, baik sektor wisata maupun sektor pemerintah untuk menunjang pengembangan pariwisata nasional.

Pariwisata merupakan suatu bentuk ekspor yang dianggap menguntungkan terutama bagi pertumbuhan ekonomi suatu Negara dan diharapkan dapat menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan berbagai kegiatan pembangunan terutama ekonomi serta sektor-sektor lainnya dengan memperkenalkan alam dan kebudayaan daerah.



## 2.4 Promosi Wisata

Upaya yang dilakukan pemerintah dalam rangka mencapai sasaran pengembangan kepariwisataan adalah dengan cara meningkatkan promosi pariwisata. Definisi promosi menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (1994, h.970) adalah pengenalan, pengenalan tentang suatu usaha yang dilakukan secara intensif dan terus menerus. Promosi pariwisata mempunyai arti memperkenalkan suatu obyek wisata atau produk wisata untuk menarik calon wisatawan dan wisatawan sebagai daya tarik yang dilakukan secara intensif. Adanya tuntutan permintaan dan kebutuhan wisatawan sebagai konsumen maka perlu diimbangi dengan kegiatan komunikasi yang baik serta meningkatkan pelayanan obyek yang bermutu, atraksi wisata yang menarik dan fasilitas rekreasi atau hiburan apabila kegiatan promosi dilakukan secara baik.

Menurut Wahab (1989, h.158) ada tiga tujuan yang dicakup publisitas dan promosi, yaitu:

- a. Memperkenalkan produk wisata
- b. Menyusun produk itu agar sedapat mungkin menarik.
- c. Menyampaikan isi pesan yang menarik tanpa harus berbohong.

### 2.4.1 *Tourism Marketing Activities* (Aktivitas Pemasaran Pariwisata)

Promosi merupakan salah satu instrumen dari *marketing mix* yang bertugas untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan *target audience*. Promosi terdiri sekumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh pemasar dalam penyampaian informasi maupun meningkatkan penjualan.

Menurut Yoeti (1992, h.135) dalam kaitan dengan upaya promosi ada beberapa pendekatan yang fungsinya sejalan dan saling mendukung. Pendekatan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Pendekatan dengan cara *Sales Promotion*

Pendekatan yang meliputi berbagai komunikasi yang diarahkan kepada wisatawan, baik melalui media umum seperti surat kabar, televisi, radio, papan reklame, pameran, film dan sebagainya atau melalui saluran perantara seperti biro-biro perjalanan, *public relation agency*.

b. Pendekatan yang bersifat *Image Promotion*

Pendekatan ini merupakan kegiatan yang bersifat membujuk secara halus atau tidak langsung. Pendekatan ini dilakukan melalui suasana yang mampu menumbuhkan rasa simpati, rasa ingin tahu dimaksudkan untuk memberikan kesan gambaran suatu daerah tujuan wisata. Cara yang dapat digunakan misalnya melalui kunjungan pengenalan oleh perusahaan-perusahaan perjalanan, pengenalan khusus melalui televisi, radio, surat kabar, majalah.

c. Pendekatan melalui pendidikan, latihan, atau penyuluhan

Pendekatan ini dilakukan oleh pada staff semua organisasi yang merupakan penghubung antara pengunjung dan daerah tujuan wisata. Beberapa cara yang dapat digunakan untuk mempermudah penyelenggaraan yaitu, adanya buku-buku petunjuk, *newsletter*, serta kunjungan pengenalan ke daerah tujuan wisata tertentu.

d. Pendekatan melalui jasa penerangan

Yang termasuk kedalam pendekatan ini adalah pendirian kantor-kantor penerangan pariwisata, jasa surat menyurat, menjawab surat-surat dan pertanyaan melalui pesawat telepon serta buku-buku petunjuk semua saluran penjualan.

e. Panduan jasa pelayanan

Fasilitas atau pelayanan yang biasa digunakan oleh pegawai-pegawai yang berurusan dengan wisatawan seperti kesehatan, pegawai imigran, polisi, serta keterampilan pramuwisata yang dapat menampung keluhan-keluhan wisatawan dan dapat menyelesaikannya dengan sebaik mungkin. Bersikap ramah yang diberikan dapat memberikan kesan yang baik kepada wisatawan. Sehingga bisa diolah untuk dapat menyusun panduan jasa yang tepat serta mampu menarik wisatawan menjadi lebih banyak lagi.

#### 2.4.2 Tujuan Promosi atau Pemasaran Daerah Wisata

Rossiter dan Percy dalam Tjiptono (1997, h.222), mengklarifikasikan tujuan promosi sebagai efek dari komunikasi sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
- 2) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
- 3) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*)
- 4) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase facilitation*).
- 5) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
- 6) Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*)

Dengan demikian secara singkat promosi pariwisata berkaitan dengan usaha untuk menyadarkan seseorang (calon wisatawan) agar dapat mengenal produk industri pariwisata, memahami, adanya perubahan sikap, menyakini dan pada akhirnya membeli dan selalu mengingat produk tersebut.

## 2.5 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata berkembang dengan menyatunya beberapa disiplin ilmu di dalam satu kajian tentang komunikasi dan pariwisata, Burhan Bungin (2015, h.92). Kajian komunikasi pariwisata memiliki kedekatan secara biologis dengan kajian-kajian komunikasi dan pariwisata yang melahirkannya.

Dalam kajian komunikasi, komunikasi menyumbangkan teori-teori seperti komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan. Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran, tentang media destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan. Adanya penggabungan antara kajian komunikasi dan pariwisata, maka munculah perkembangan disiplin ilmu secara multilinear. Berikut ini gambar mengenai komponen komunikasi pariwisata:



**Gambar 1** Komponen Komunikasi Pariwisata

Sumber: Burhan Bungin Komunikasi Pariwisata (2015)

### 2.5.1 Aktor-aktor atau pihak yang terlibat dalam Komunikasi Pariwisata

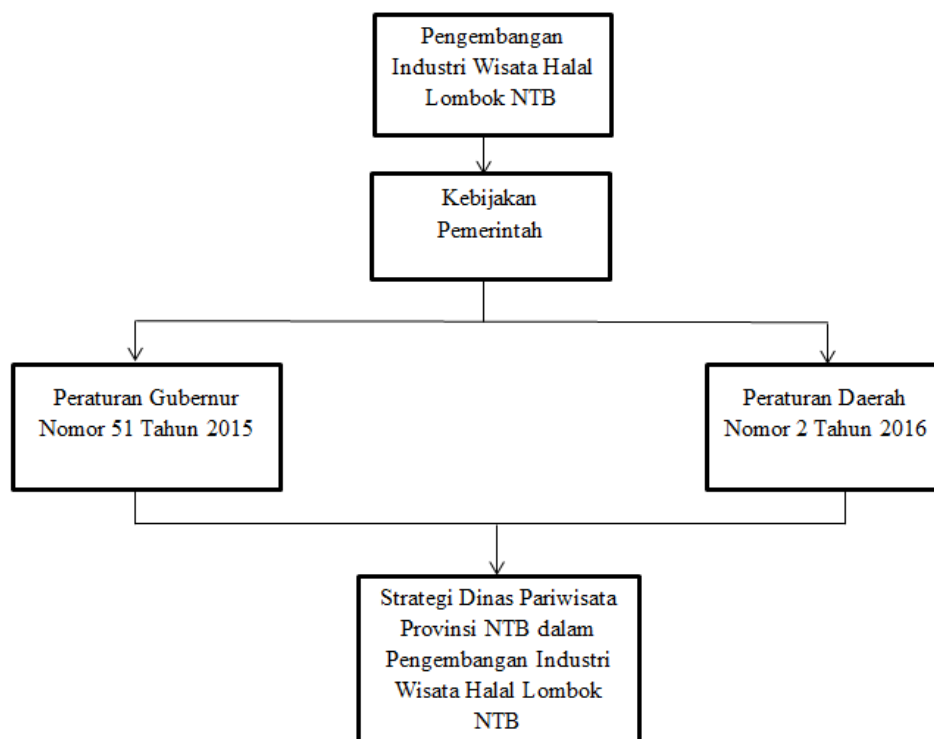
Pengembangan objek wisata tentu membutuhkan peran dari aktor-aktor yang terlibat untuk menangani dan menggerakkan perkembangan pariwisata tersebut. Aktor-aktor yang terlibat dapat dikatakan sebagai stakeholders. Menurut Rahim (2012, h.1) ada tiga stakeholders pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan suatu objek wisata yaitu masyarakat sebagai stakeholders utama (primer) yang memiliki peran dan kepentingan secara langsung, swasta sebagai stakeholders pendukung (sekunder) dan pemerintah sebagai stakeholders kunci yang memiliki wewenang secara legal dalam pengambilan keputusan secara eksekutif dan legislatif.

## 2.6 Peranan Aparatur Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

Kebijaksanaan dalam pembangunan pariwisata pada dasarnya sejalan dengan rencana pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah. Dinas Pariwisata NTB juga melakukan kerja sama dengan instansi-instansi atau organisasi-organisasi berkaitan dengan promosi dalam pengembangan pariwisata. Dimana dari kerja sama tersebut mengeluarkan kebijakan-kebijakan sebagai tolak ukur dalam proses pengembangan pariwisata. Objek dan daya tarik wisata harus dapat menarik dan memuaskan para wisatawan atau pengunjung, maka usaha pengembangan infrastruktur sedapat mungkin membuat para wisatawan atau pengunjung merasa nyaman. Upaya pengembangan obyek wisata dan daya tarik wisata ini sebenarnya tidak dapat berjalan secara efektif jika hanya upaya tersesebut dilkakukan oleh pemerintah saja. Oleh karena itu diperlukan juga dukungan dan peran aktif masyarakat.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dibuat oleh peneliti untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai konsep penelitian. Berikut ini adalah gambaran kerangka pemikiran peneliti:



Sumber : Diolah Peneliti



Provinsi yang sedang melakukan pengembangan pariwisata Halal atau Industri Wisata Halal adalah provinsi Nusa Tenggara Barat. Pulau Lombok khususnya sudah mendapat penghargaan dalam dua tahun berturut-turut sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination* dalam acara The World Halal Travel Summit/Exhibition pada tahun 2015-2016 lalu. Munculnya kebijakan pemerintah yaitu Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016 yang tercantum dalam pasal 6, selain peraturan daerah adapula Peraturan Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 51 Tahun 2015 yang tercantum dalam pasal 2 ayat 1 dan 2. Dengan adanya perda dan pergub maka pemerintah NTB khususnya Provinsi NTB gencar untuk melakukan strategi dalam proses pengimplementasian pengembangan industri wisata halal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi NTB.



## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hal yang diperlukan dan dapat dijadikan sebagai acuan maupun data pendukung. Penelitian terdahulu digunakan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang telah disusun dalam bentuk tabel dan dijabarkan oleh peneliti sebagai berikut:

	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III
<b>Nama</b>	Ranea Qaddahat, Farouk Attala, Mostafa Mahmoud Hussein	Oraphan Chanin, Piangpis Sriprasert, Hamzah Abd Rahman, and Mohd Sobri Don	Rana Muhammad Ayyub
<b>Judul</b>	<i>Halal Tourism Evaluating Opportunities and Challenges in the Middle East "Jordan and Egypt"</i>	<i>Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Cost of Thailand</i>	<i>Exploring perceptions of non-Muslims towards Halal foods in UK</i>
<b>Tahun</b>	2016	2015	2012
<b>Metode</b>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif analitik	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif analitik
<b>Hasil</b>	Penelitian yang dilakukan oleh Ranea Qaddahat dkk ini mengkaji mengenai perkembangan pariwisata halal yang berfokus kepada negara Timur Tengah seperti Yordania dan Mesir. Kedua negara tersebut ingin mengidentifikasi	Penelitian yang dilakukan oleh Oraphan Chanin dkk ini mengkaji mengenai Inisiatif pengembangan wisata halal yang dilakukan pemerintah Thailand berfokus pada penyediaan layanan halal untuk mengembangkan pariwisata Halal saat turis-turis yang	Penelitian yang dilakukan oleh Rana Muhammad Ayyub mengkaji mengenai persepsi konsumen non-Muslim terhadap produk dan layanan halal di Inggris. Produk dapat berupa, seperti makanan yang disajikan.

	dan menyiapkan proyek atau rencana untuk menerapkan prinsip pariwisata halal pada perhotelan, agen perjalanan dan maskapai penerbangan.	beragama Muslim berkunjung ke daerah pariwisata Thailand.	
<b>Implikasi pada penelitian</b>	Penelitian terdahulu meneliti mengenai perkembangan wisata halal juga, namun implikasinya pada penelitian yang dilakukan peneliti berada pada strategi pemerintahan untuk mengembangkan wisata halal NTB.	Penelitian terdahulu meneliti mengenai perkembangan wisata halal, namun implikasinya pada penelitian yang dilakukan peneliti berada pada strategi pemerintahan untuk mengembangkan wisata halal NTB.	Peneliti terdahulu meneliti mengenai persepsi konsumen non-Muslim terhadap produk berupa makanan dan layanan halal di Inggris. Implikasi pada penelitian yang dilakukan peneliti berada pada strategi pemerintahan untuk megembangkan wisata halal NTB.

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

Sumber: Data diolah oleh peneliti

1. Ranea Qaddahat, Farouk Attala, Mostafa Mahmoud Hussein (2016)

Penelitian terdahulu dengan judul *Halal Tourism Evaluating Opportunities and Challenges in the Middle East "Jordan and Egypt"*. Penelitian ini berfokus pada negara Timur Tengah yaitu Yordania dan Mesir. Dalam penelitian ini ada beberapa gagasan utama untuk merekomendasikan industri pariwisata halal salah satunya adalah menyiapkan proyek percontohan dan rencana tindakan untuk maskapai penerbangan, agen perjalanan dan hotel

untuk menerapkan prinsip dan standar pariwisata halal. Metode yang digunakan oleh penelitian terdahulu yaitu kualitatif deskriptif analitik. Pada penelitian terdahulu lokasi penelitian berada di kawasan negara Timur Tengah yaitu Yordania dan Mesir. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata halal merupakan wisata modern yang dapat membawa pada keuntungan ekonomi dan sosial.

2. Oraphan Chanin, Piangpis Sriprasert, Hamzah Abd Rahman, and Mohd Sobri Don (2015)

Penelitian terdahulu dengan judul *Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand*. Penelitian mengkaji mengenai pengembangan wisata halal yang dilakukan pemerintah Thailand berfokus pada penyediaan layanan halal untuk mengembangkan pariwisata Halal saat turis-turis yang beragama Muslim berkunjung ke daerah pariwisata Thailand. Pariwisata adalah salah satu sektor terpenting bagi negara Thailand, karena dapat meningkatkan pendapatan ekonomi dengan pendapatan devisa tertinggi. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu kuantitatif. Lokasi penelitian berada pada Laut Andaman, Thailand. Hasil dari penelitian ini memberikan informasi secara mendasar kepada pemerintah yang membuat kebijakan dan bisnis sektor untuk secara efektif mengembangkan, mempromosikan, mengantarkan produk dan layanan yang memenuhi permintaan unik pariwisata. Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan pengembangannya dapat menjanjikan agar menarik lebih banyak wisatawan.

3. Rana Muhammad Ayyub (2012)

Penelitian terdahulu dengan judul *Exploring perceptions of non-Muslims towards Halal foods in UK*. Penelitian terdahulu ini mengkaji mengenai persepsi konsumen non-Muslim terhadap produk dan layanan halal di Inggris. Produk dapat berupa, seperti makanan yang disajikan. Metode yang digunakan oleh penelitian terdahulu yaitu kualitatif deskriptif analitik. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya bahwa sebagian besar non-Muslim memiliki persepsi positif mengenai Produk dan layanan halal sejauh menyangkut kualitas. Makanan halal merupakan pertumbuhan tercepat di dunia Pasar yang disebabkan oleh dua alasan: Pertama, makanan halal dianggap lebih bersih, lebih sehat dan enak dan kedua, karena luar biasa penerimaan halal dalam populasi global melalui proses akulturasi dan asimilasi. Di Inggris, umat Islam menghasilkan sekitar 5 persen dari populasi dan mengkonsumsi halal produk, itulah sebabnya mengapa banyak superstore telah memulai persembahan Halal mereka Hal ini mengarah pada fakta pasar yang penting bahwa non-Muslim tidak hanya menemukan penawaran halal di supermarket mainstream ini tapi juga menunjukkan / mengembangkan tertentu perilaku terhadap produk dan layanan halal.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007, h.6). Pendekatan penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka atau metode statistik (Deddy Mulyana, 2001, h.150). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta/karakteristik populasi tertentu/bidang tertentu secara faktual dan cermat (Kriyantono, 2001, h.24). Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi dan peristiwa penelitian, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat kategori pelaku, mengamati gejala, dan mencatat dalam buku observasi (Rakhmat, 2004, h.4).

### 3.2 Lokasi Penelitian

Di dalam kegiatan penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di kantor Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat yang berada di Jalan Langko No. 70 kota Mataram. Peneliti melakukan pengumpulan data dibagian Destinasi Wisata dan Pemasaran atau promosi Daerah Wisata.

### 3.3 Fokus Penelitian

Menemukan fokus penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Menurut Moleong (2007, h.84) dengan adanya fokus , peneliti tahu persis data mana dan data tentang apa yang perlu dikumpulkan data mana pula yang walaupun mungkin menarik, karena tidak relevan, tidak perlu dimasukkan ke dalam sejumlah data yang sedang dikumpulkan. Sesuai dengan penetapan masalah pokok yang hendak diteliti, fokus dari penelitian ini adalah mengetahui proses untuk pengembangan wisata halal dan upaya Dinas Pariwisata Povinsi Nusa Tenggara Barat agar wisata halal Lombok semakin dikenal oleh wisatawan Mancanegara.

### 3.4 Sumber Data

Menurut Moleong (2010, h.157) sumber data dalam penelitan kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat atau diperoleh dari sumbernya (Subagyo, 1991, h.89). Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari



data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan melakukan wawancara kepada informan.

#### b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang menunjang proses penelitian, dan pengumpulan data yang diperoleh melalui studi dokumentasi dan mencatat teori dari buku-buku, surat kabar, majalah, jurnal dan berbagai literatur yang mendukung penelitian ini

### 3.5 Teknik Penentuan Informan

Menurut Sugiono (2005, h.50) sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2009, h.132). Seorang informan harus memiliki pengalaman tentang apa yang akan menjadi topik dalam penelitian. Dalam menentukan informan, peneliti memilih informan yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2007, h.154). Oleh sebab itu peneliti memilih sendiri informan yang dianggap sesuai dan memiliki kapasitas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti. Adapun kriteria informan yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Kriteria informan :

- a. Menguasai dan memahami pariwisata yang ada di Nusa Tenggara Barat.
- b. Mengetahui program Strategi Komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam pengembangan wisata halal.

Beberapa informan yang diwawancarai :

Informan Kunci

Informan kunci merupakan informan yang mempunyai peran penting dan mengetahui tentang pariwisata dalam mempromosikan daerah wisata di Nusa Tenggara Barat sebagai wisata Halal :

- a. Kepala bagian destinasi wisata Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat
- b. Kepala bagian pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Wawancara semi-terstruktur (*Semi structured interview*)

Wawancara adalah proses mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan responden. Metode ini hanya digunakan untuk melengkapi data yang sudah didapat dari

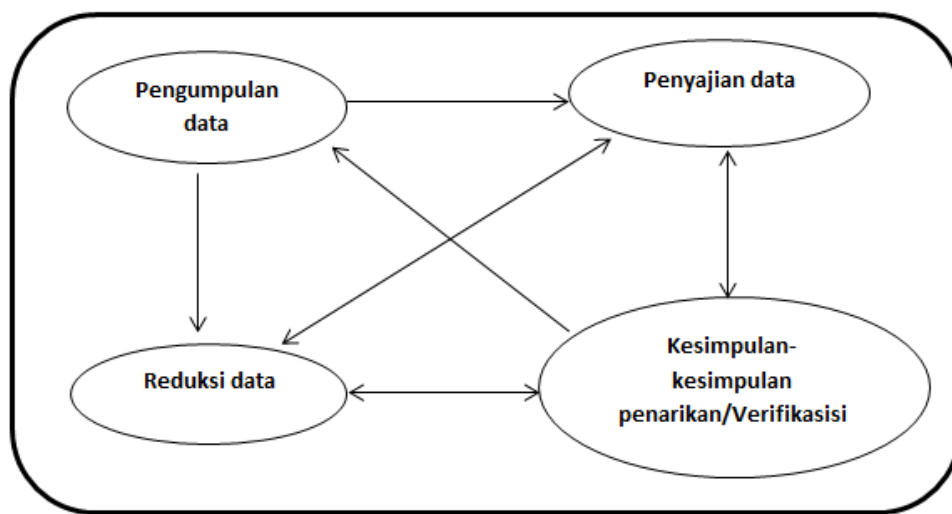
metode pertama (Rakhmat, 2004, h.83). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara *semi structured interview*. Hal ini disebabkan peneliti masih memiliki struktur batasan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Namun aktivitas wawancara dilakukan akan tetap bersifat tak-terstruktur dan luwes, sehingga susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Wawancara dilakukan dengan informan-informan yang sudah dipilih oleh peneliti dan wawancara dilakukan selama 2 minggu.

#### b. Dokumentasi

Dokumen baik yang tertulis maupun arsip merupakan sumber data yang memiliki posisi penting dalam penelitian kualitatif. Hal ini lebih lagi bila sasaran kajian mengarah pada latar belakang atau peristiwa yang terjadi dimasa lampau yang sangat berkaitan dengan kondisi atau peristiwa pada masa sekarang yang sedang diteliti. Dokumen bisa memiliki beragam bentuk dari yang tertulis sederhana sampai yang lebih lengkap dan bahkan bisa berupa benda yang lainnya untuk bisa membantu penelitian. Dengan demikian pula arsip yang biasa berupa catatan yang lebih formal arsip sering memiliki peran sebagai sumber informasi yang sangat berharga bagi pemahaman suatu peristiwa seperti foto, arsip data yang dimiliki oleh dinas pariwisata Nusa Tenggara Barat.

### 3.7 Teknik analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data interaktif dari Matthew B. Miles dan Michael Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian. Aktivitas dalam penelitian analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus. Adapun model interaktif yang dimaksud sebagai berikut:



**Gambar 1. Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif**

Sumber : Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014)

Data yang didapat dalam penelitian lebih bersifat kualitatif, oleh karena itu data tersebut akan diolah dengan teknik analisis kualitatif. Dalam model analisis interaktif, tiga komponen yakni reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan dilakukan berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus (Miles & Huberman, 1992, h.20). Adapun langkah yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisis data dapat dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan cara melakukan wawancara dan dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah-milah, mengkategorikan dan membuat abstraksi dari hasil wawancara dan dokumentasi

### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan setelah data selesai direduksi atau dirangkum. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi dianalisis selanjutnya disajikan dalam bentuk catatan wawancara dan catatan dokumentasi. Data-data yang sudah disajikan dalam bentuk catatan wawancara dan catatan dokumentasi akan diberi kode data untuk mengorganisasi data, sehingga peneliti dapat menganalisis dengan cepat dan mudah. Peneliti membuat daftar awal kode yang sesuai dengan pedoman wawancara dan dokumentasi. Masing-masing data yang sudah diberi kode dianalisis dalam bentuk refleksi dan disajikan dalam bentuk teks.

### 3. Kesimpulan, Penarikan atau *Verifikasi* (*Conclusion Drawing/Verification*)

Dari sajian data yang telah tersusun maka langkah terakhir dalam analisis data kualitatif model interaktif adalah penarikan kesimpulan dari verifikasi. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan didukung dengan bukti yang kuat pada bagian tahap pengumpulan

data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal

.

### 3.8 Teknik Keabsahan Data

Penilaian keabsahan data dalam penelitian kualitatif terjadi sewaktu proses pengumpulan data dan analisis interpretasi data. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian berdasarkan *trustworthiness*. Kriyantono (2007, h.71) mendefinisikan *trustworthiness* yaitu menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, atau dibayangkan. *Trustworthines* mencakup dua hal :

#### 1. *Authentic*

Yaitu memperluas konstruksi personal yang diungkapkan oleh sumber. Peneliti memberi kesempatan dan memfasilitasi pengungkapan konstruksi personal yang lebih detail, sehingga mempengaruhi mudahnya pemahaman yang lebih mendalam. Pada tahap ini, peneliti memberi peluang kepada sumber untuk bercerita panjang lebar mengenai semua hal yang berkaitan dengan program perencanaan Dinas Pariwisata Provinsi Nusan Tenggara Barat.

#### 2. Analisis Triangulasi

Adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain, dan digunakan sebagai pembanding atau pengecekan data (Moleong, 2009, h.330). Triangulasi dapat digunakan oleh peneliti untuk mengecek data yang ditemukan dilapangan, dengan membandingkannya lewat triangulasi sumber, metode dan teori. Menurut Patton (dalam Moleong, 2009, h. 330) triangulasi

sumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi. Peneliti dapat memperoleh perbandingan melalui :

a. membandingkan data hasil wawancara dengan pengamatan

melalui cara ini, peneliti dapat melakukan pencocokan (verifikasi) data, apakah data yang didapat dari hasil wawancara telah sesuai dengan kenyataan dilapangan.

b. membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan tinggi, orang yang memiliki pengetahuan lebih tentang yang sedang diteliti atau orang yang ada di pemerintahan. Dari cara ini dapat diketahui seperti apa pemahaman informan tentang tema penelitian ini meskipun mereka memiliki latar belakang yang berbeda dan dapat diketahui pula harapan-harapan para informan dari berbagai sudut pandang.

c. membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan

salah satu bukti untuk mengetahui hal-hal yang tidak secara langsung di alami peneliti di lapangan adalah melalui pengecekan dokumen. Melalui data-data dari dokumen yang ada, peneliti dapat mencocokkan antara hasil wawancara dengan kenyataan yang ada di lapangan.

Cara yang digunakan peneliti dalam metode ini antara lain yaitu dengan mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan, mengeceknya dengan berbagai sumber data, dan memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara sebagai



sarana dalam menguji *trustworthiness*. Ketika melakukan wawancara, peneliti mencoba menggali lebih dalam jawaban yang diberikan oleh informan. Peneliti menggunakan bahasa yang menyesuaikan dengan informan yaitu Bahasa Indonesia sehari-hari, sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi para informan untuk melakukan interaksi dengan peneliti.

### 3.9 Etika penelitian

Etika dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan atau proses pelaksanaan sebuah penelitian mengingat penelitian ini berhubungan langsung dengan manusia, maka segi etika penelitian harus diperhatikan karena manusia mempunyai hak asasi dalam kegiatan penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti terlebih dahulu mendatangi calon partisipan untuk meminta kesediaan menjadi partisipan penelitian. Peneliti harus melalui beberapa tahap pengurusan perijinan sebagai berikut; peneliti meminta persetujuan dari pihak Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. Setelah mendapat persetujuan barulah dilaksanakan penelitian dengan memperhatikan etika-etika dalam melakukan penelitian yaitu :

#### 1. *Informed consent*

Merupakan cara persetujuan antara peneliti dengan partisipan, dengan memberikan lembar persetujuan (*informed consent*). *Informed consent* tersebut diberikan sebelum penelitian dilaksanakan dengan memberikan lembar persetujuan untuk menjadi partisipan. Tujuan *informed consent* adalah agar partisipan mengerti maksud dan tujuan penelitian, mengetahui dampaknya, jika

partisipan bersedia maka mereka harus menandatangani lembar persetujuan, serta bersedia untuk direkam dan jika partisipan tidak bersedia maka peneliti harus menghormati hak partisipan.

## 2. *Anonymity*

Merupakan etika dalam penelitian dengan cara tidak memberikan atau mencantumkan nama responden pada lembar alat ukur dan hanya menuliskan kode pada lembar pengumpulan data atau hasil penelitian yang disajikan.

## 3. Kerahasiaan (*confidentiality*)

Merupakan etika dalam penelitian untuk menjamin kerahasiaan dari hasil penelitian baik informasi maupun masalah-masalah lainnya, semua partisipan yang telah dikumpulkan dijamin kerahasiaannya oleh peneliti, hanya kelompok data tertentu yang dilaporkan pada hasil penelitian.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum

##### 4.1.1 Gambaran Umum Provinsi Nusa Tenggara Barat

Pulau Lombok adalah salah satu dari pulau yang membentuk kesatuan provinsi Nusa Tenggara Barat. Dimana provinsi Nusa Tenggara Barat terdiri dari dua pulau utama yaitu Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa. Untuk pusat pemerintahan provinsi terletak di Pulau Lombok ibu kota dari provinsi Nusa Tenggara Barat adalah kota Mataram. Dilihat dari keadaan geografisnya, dikutip dari laman [www.ntbprov.go.id](http://www.ntbprov.go.id) provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki luas wilayah 20.153,15 km<sup>2</sup> terdiri dari pulau Lombok dengan luas 4.736,70 km<sup>2</sup> dan pulau Sumbawa dengan luas 15414,15 km<sup>2</sup> dengan jumlah pulau 280 dan 32 pulau yang telah berpenghuni. Memiliki ketinggian 16m dari permukaan laut, provinsi Nusa Tenggara Barat terletak antara 115° 46' - 119° 5' Bujur Timur dan 8° 10' - 9° 5' Lintang Selatan dengan puncak tertinggi di Pulau Lombok Gunung Rinjani 3.775 m diatas permukaan laut dan di Pulau Sumbawa Gunung Tambora 2.851 m diatas permukaan laut.



**Gambar 1. Provinsi Nusa Tenggara Barat**

Sumber: [www.ntbprov.go.id](http://www.ntbprov.go.id)

Provinsi Nusa Tenggara Barat mempunyai kedudukan yang sangat strategis seperti yang dijabarkan oleh Dinas Pariwisata yaitu terletak pada lintas perhubungan Nasional Banda Aceh Kupang yang secara ekonomis cukup menguntungkan. Terdapat dua selat yaitu Selat Lombok di sebelah Barat dan Selat Makassar di sebelah Utara merupakan jalur perhubungan laut strategis yang semakin ramai dari arah Timur Tengah untuk lalu lintas bahan bakar minyak (BBM) dan dari Australia berupa mineral logam ke Asia Pasifik. Merupakan lintas perdagangan Surabaya Makassar.

Jika dilihat dari segi geografi pariwisata provinsi Nusa Tenggara Barat berada pada lingkup tiga tujuan wisata utama Indonesia yaitu Pulau Bali disebelah Barat yang merupakan tujuan wisata Internasional, Pulau Komodo disebelah Timur dan Tanah Toraja disebelah Utara yang terkenal akan wisata budayanya. Hal ini yang menjadikan provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki peluang besar untuk menjadi salah satu tujuan wisata nasional.

Dilihat dari latar belakang budaya, bahwa mayoritas penduduk provinsi Nusa Tenggara Barat adalah mayoritas Muslim dimana suku adat dari pulau Lombok yaitu suku Sasak. Lombok dan Sasak adalah dua nama yang tidak bisa

dipisahkan. Lombok berasal dari bahasa Sasak; "*lomboq*" artinya "*lurus*". Sasak sebenarnya berasal dari "*sak-sak*" yang artinya "*perahu bercadik*". Selain suku Sasak adapula etnis asli dari provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu Tau Samawa atau orang Sumbawa di Kabupaten Sumbawa dan Mbojo masyarakat asli Bima, Dompu. Selain mayoritas penduduknya Muslim provinsi Nusa Tenggara Barat menganut agama lain yaitu Hindu, Kristen, Katolik, Budha dan Konghucu.

Berdasarkan struktur lapangan pekerjaan, sektor pertanian merupakan lapangan pekerjaan utama penduduk provinsi Nusa Tenggara Barat diantara sektor-sektor lainnya. sebagaimana perinciannya 50,94% pada sektor pertanian, 12,79% sektor perdagangan, 9,59% sektor jasa, 6,30% angkutan dan komunikasi, 1,95% konstruksi, 0,82% pertambangan, 0,62% keuangan, dan sektor listrik, gas serta air bersih sekitar 0,15%. (Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat ,2013)

Secara umum keadaan pariwisata di provinsi Nusa Tenggara Barat diatur dalam Perda NTB No. 3 tentang RTRW Prov. NTB 2009-2029 Pasal 34 ayat 11 tahun 2010. Dalam Perda ini telah ditetapkan 16 (enam belas) Kawasan Wisata Pariwisata yaitu 10 (sepuluh) Kawasan berada di Pulau Lombok dan 6 (enam) Kawasan berada di Pulau Sumbawa yaitu :

1. Kawasan Senggigi dan sekitarnya
2. Kawasan Suranadi dan sekitarnya
3. Kawasan Gili Gede dan sekitarnya
4. Kawasan Selong Belanak dan sekitarnya
5. Kawasan Kuta, Tanjung Aan, Seger dan sekitarnya
6. Kawasan Dusun Sade dan sekitarnya

7. Kawasan Benang Stokel dan sekitarnya
8. Kawasan Gili Indah dan sekitarnya
9. Kawasan Gili Sulat dan sekitarnya
10. Kawasan Gunung Rinjani dan sekitarnya
11. Kawasan Maluk dan sekitarnya
12. Kawasan Pulau Moyo dan sekitarnya
13. Kawasan Gunung Tambora dan sekitarnya
14. Kawasan Hu'u dan sekitarnya
15. Kawasan Teluk Bima dan sekitarnya
16. Kawasan Sape dan sekitarnya

Diantara kawasan yang diminati oleh wisatawan mancanegara adalah kawasan Senggigi yaitu : Gili Air, Gili Meno, Gili Trawangan, Pantai Senggigi, Pantai Kute, Tete Batu, Gunung Rinjani, Gili Nanggu, Pantai Hu'u, Taman Suranadi, Taman Narmada, Lingsar, Sendang Gila, Tanjung Aan dan Taman Mayura.

Sebagian besar wisatawan yang berkunjung masuk melalui Pelabuhan Lembar sehingga pelabuhan ini menjadi pintu masuk utama. Selain melalui pelabuhan, pintu masuk yang digunakan wisatawan untuk berkunjung adalah melalui Bandara International Lombok (LIA).



No	Pintu Masuk	Persentase (%)
1.	Pelabuhan Lembar / Kapal Pesiar	35,95
2.	Bandar Udara	15,68
3.	Pelabuhan Fast Boat	43,93
4.	Lainnya	4,44
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>

**Tabel 1. Kunjungan Wisman Menurut Pintu Masuk**

Sumber: Data Statistik Dinas Pariwisata Prov. NTB 2016

#### **4.1.2 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat**

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan instansi pemerintah daerah yang berada dibawah gubernur provinsi. Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebuah instansi yang bertugas dalam bidang pariwisata Nusa Tenggara Barat. Dinas Pariwisata Prov. NTB ini beralamatkan di Jalan Langko No. 70 Ampenan, kota Mataram, NTB. Dipimpin oleh seorang kepala dinas yang bernama H. Lalu Moh. Faozal, S.Sos., M.Si yang memimpin sekitar sembilan puluh lima pegawai. Dinas Pariwisata Prov. NTB terdiri dari tiga bidang kerja atau divisi kerja yaitu Bidang Kebudayaan, Bidang Pemasaran, Bidang Pengembangan Sumber Daya dan Produk Pariwisata serta sekretariat.

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam perannya sebagai instansi pemerintah menangani kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata. Semua bentuk kegiatan kepariwisataan dilakukan oleh Dinas Pariwisata Prov. NTB selaku lembaga yang bertanggung jawab dalam lingkup kepariwisataan. Hal ini berupa merencanakan dan melaksanakan kegiatan budaya dan pariwisata. Di dalam kegiatan budaya seperti event –event tahunan dari event kecil sampai event



besar bahkan event Internasional. Kemudian dalam kegiatan pariwisata Dinas Pariwisata Prov. NTB terus melakukan perbaikan dan perubahan untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas dan popularitas pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam segmen pasar dan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Dinas Pariwisata Prov. NTB mempunyai tanggung jawab besar dalam menentukan nasib pariwisata di provinsi NTB, hal ini jelas menjadi tantangan tersendiri bagi Dinas Pariwisata Prov. NTB untuk bisa meningkatkan pariwisata.

#### **4.1.3 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat**

##### **VISI**

Berdasarkan perkembangan pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan daerah dan nasional yang berpengaruh terhadap kinerja Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam visi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2013-2018 dan visi Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPADA) Provinsi Nusa Tenggara Barat 2013-2028 maka Visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat sampai dengan Tahun 2018, dirumuskan sebagai berikut :

***TERWUJUDNYA NUSA TENGGARA BARAT  
SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA UNGGULAN INDONESIA  
YANG BERBUDAYA***

## MISI

Agar visi dapat diwujudkan dengan baik, maka visi tersebut dijabarkan ke dalam misi sebagai berikut :

1. Mengembangkan budaya dan kearifan lokal;
2. Mengembangkan destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai dan berwawasan lingkungan;
3. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis dan bertanggungjawab; dan
4. Mengembangkan kemitraan pariwisata.

### 4.1.4 Profil Informan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada dua informan kunci. Informan kunci merupakan kepala bagian destinasi wisata Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dan kepala bagian pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kedua informan tersebut sudah ditentukan oleh peneliti. Berikut ini merupakan profil informan dalam penelitian ini.

#### 1. Husnayati Anet

Husnayati Anet merupakan kepala bagian destinasi wisata Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. Ibu Husnayati Anet yang akrab dipanggil Ibu Anet bergabung dengan Dinas Pariwisata Provinsi NTB sejak tahun 2007. Beliau yang awalnya sebagai pegawai staf di bagian destinasi wisata akhirnya menjadi kepala bagian destinasi wisata pada tahun 2016 hingga saat ini.

Peneliti memilih Ibu Husnayati Anet untuk menjadi informan dalam penelitian ini dikarenakan wewenang informan dan adanya berbagai informasi atau data yang berkaitan dengan penelitian ini. Informasi atau data-data yang dibutuhkan pada bagian destinasi wisata ini seperti potensi wisata, aktivitas pariwisata dan sebagainya.

## **2. H. Harris Jayadi**

H. Harris merupakan kepala bagian pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. Bapak H. Harris Jayadi yang lebih sering dan lebih dikenal Mamiq Harris. Mamiq Harris bergabung dengan Dinas Pariwisata NTB sejak tahun 2001. Beliau juga awalnya hanya menjadi pegawai staf kemudian pada tahun 2016 menjadi kepala bagian pemasaran Dinas Pariwisata hingga saat ini. Peneliti memilih Bapak atau Mamiq Harris untuk menjadi informan dalam penelitian ini dikarenakan wewenang informan dan adanya berbagai informasi atau data data yang dibutuhkan peneliti sebagai penunjang untuk melakukan olahan data. Pada bagian pemasaran Dinas Pariwisata NTB ini informasi atau data-data yang dibutuhkan seperti peranan atau strategi untuk meningkatkan pariwisata itu sendiri.

## 4.2 Penyajian Data

### 4.2.1 Pariwisata Halal

Istilah wisata halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic Tourism*, *Syari'ah Tourism*, *Halal Travel*, *Halal Friendly Tourism Destination*, *Muslim-friendly Travel Destinations*, *Halal Lifestyle*, dan lain-lain. Dari sisi industri, pariwisata halal merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional.

Pariwisata halal / wisata syariah adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Tren meningkatnya kunjungan wisatawan muslim dari berbagai belahan dunia adalah bukti nyata hal yang patut dibanggakan. Sektor pariwisata halal ini trendnya terus mengalami peningkatan. *Spending* wisatawan muslim dalam melakukan kegiatan wisata sangat besar, seperti Arab Saudi dan Abu Dhabi dan negara-negara Timur Tengah lainnya. Hal ini juga menjadi sangat menarik perhatian karena populasi muslim di dunia yang terus mengalami peningkatan. Sehingga diharapkan adanya populasi muslim yang tinggi juga melakukan kegiatan berwisata semakin tinggi, karena 12,5% dari *spending* pariwisata global. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam.

Fasilitas pilihan makanan dengan jaminan halal di rumah-rumah makan dan restoran hotel. Salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya restoran hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan

wanita. Sama halnya dengan yang dikatakan oleh salah satu informan peneliti yaitu Ibu Husnayati Anet mengatakan bahwa :

“Kriteria utama adalah kita bisa tampilkan dari fasilitas pariwisata yang kita miliki. Pertama Hotel, hotel yang sudah membrandingkan dirinya sebagai hotel *standar sertifikasi halal*, jadi itu mulai dari hotel kita sertifikasi halal dan bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata bersama MUI untuk menyediakan fasilitas-fasilitas sesuai dengan eee....persyaratan daripada hotel sertifikasi halal, seperti misalnya kamar hotelnya minimal begitu kita membuka pintu kamar hotelnya sudah ada tanda arah kiblat, lalu fasilitas-fasilitas ibadah yang tersedia disitu seperti mukenah, sajadah, kemudian tempat untuk berwudhunya sudah kita sesuaikan, yang sewaktu-waktu wisatawan berkunjung datang pada waktu beribadah seperti shalat wajib lalu di eee restaurantnya sudah labeling halal kuliner atau non alcohol” (Wawancara dengan Husnayati Anet, 1 Februari 2018)

Pada tahun 2015 lalu Lombok berhasil membawa nama baik Indonesia dengan memenangkan dua kategori sekaligus pada ajang *World Halal Tourism Award* yang berlangsung di Abu Dhabi. Adapun dua kategori yang dimaksud yaitu sebagai *World's Best Halal Tourism Destination* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination*. Di Indonesia Lombok menjadi daerah pertama sekaligus satu-satunya di Indonesia yang memiliki Peraturan Daerah (Perda) mengenai pariwisata halal. Hal ini dirumuskan oleh DPRD NTB untuk menguatkan branding pariwisata halal yang kini melekat pada provinsi tersebut. Hal ini juga disampaikan oleh informan peneliti Ibu Husnayati Anet :

“Belum ada daerah lain kecuali NTB yang memiliki Peraturan Daerah (Perda) untuk pariwisata halal. Ini merupakan bukti kesiapan kami sebagai destinasi wisata halal” (Wawancara dengan Husnayati Anet, 1 Februari 2018)

Dengan adanya Peraturan Daerah tersebut maka pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata Prov.NTB kian mempromosikan branding pariwisata

di Lombok dengan potensi-potensi wisata yang beraneka ragam, mulai dari potensi alam (destinasi pariwisata/*nature*) dan potensi budaya (*culture*) dan buatan (*man made*), serta didukung pula dengan terpilihnya Lombok sebagai *World's Best Halal Tourism* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination* dalam acara atau event *International The World Halal Travel Summit/Exhibition* di Abu Dhabi 19-21 Oktober 2015.



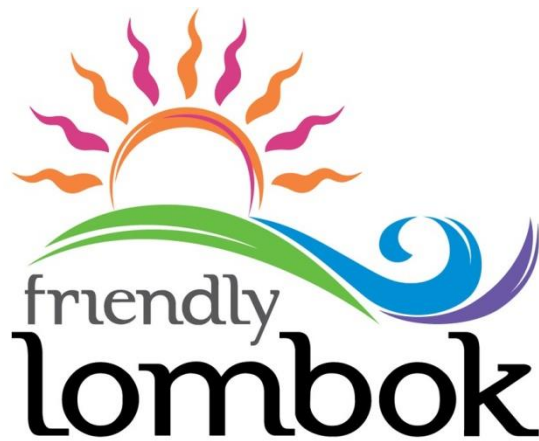
**Gambar 2. Penghargaan Wisata Halal**

Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti

Pada tahun 2016 lalu Lombok kembali mengulang kesuksesan meraih penghargaan *World Halal Tourism Award* dengan memenangkan tiga kategori yaitu: pertama Novotel Lombok Resort & Villas, Lombok, Nusa Tenggara Barat sebagai *World's Best Halal Beach Resort*, kedua situs web [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com) sebagai *World's Best Halal Tourism Website*, ketiga Sembalun Village Region, Lombok, Nusa Tenggara Barat sebagai

*World's Best Halal Honeymoon Destination* (diakses dalam <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2676975/jawara-world-halal-tourism-award-2016-lombok-makin-banjir-wisman>, 03/02/2018, 20.00 WITA).

Brand destinasi juga diperlukan untuk semakin spesifik memperkenalkan daya tarik destinasi. Dinas Pariwisata Prov. NTB meluncurkan branding pariwisata NTB, khususnya untuk lebih mempromisikan wisata halal kepada wisatawan yaitu “*Friendly Lombok*”,



**Gambar 3. Branding Wisata Halal Lombok**

Sumber : [www.ntbprov.go.id](http://www.ntbprov.go.id)

Branding *Friendly Lombok* merupakan branding yang sangat singkat dan jelas untuk mempromosikan wisata halal kepada wisatawan. Pembentukan branding ini juga sebagai lanjutan dari penghargaan wisata halal dalam *World Halal Tourism Award* di Abu Dhabi. Dimana makna dan arti dari branding tersebut adalah bahwa Lombok memiliki pelayanan yang baik, kenyamanan dan keamanan bagi semua wisatawan, baik untuk wisatawan muslim maupun non muslim. Sehingga dengan adanya branding *Friendly Lombok* tentunya menunjukkan karakter dari



masyarakat Lombok yaitu memiliki perilaku yang baik, ramah tamah kepada para wisatawan yang berkunjung. Tentunya dengan adanya pelayanan secara terbaik dan maksimal ditujukan kepada wisatawan dari segi kualitas sebagai daerah yang ramah bagi wisatawan, mulai dari kualitas pelayanan, akomodasi, kualitas makanan dan minuman, pemandu wisata serta beberapa hal yang menunjang Lombok sebagai destinasi wisata dengan standar internasional.

Adanya banyak potensi wisata serta kriteria-kriteria khusus yang juga mendukung pariwisata halal di Lombok. Kekuatan dari potensi-potensi wisata yang memiliki bertujuan untuk menarik minat wisatawan yaitu potensi dari segi alam (*nature*) dan potensi budaya (*culture*). Salah satu informan peneliti Bapak H. Harris mengatakan :

“Potensi dari segi atau atraksi alam. Dari alamnya bisa dilihat ya misalnya keindahan pantai yang mengelilingi provinsi NTB sebagai provinsi kepulauan yang rata rata pantainya berpasir putih lalu juga dilengkapi dengan adanya pulau-pulau kecil yang mengitari dari provinsi tersebut” (Wawancara dengan Husnayati Anet 1 Februari 2018)

Membahas mengenai potensi dari segi alam (*nature*) ada beberapa daerah wisata yang mencakup sebagai destinasi wisata halal di Lombok. Dari 5 kabupaten yang ada di Lombok tidak semua tempat wisata dapat dijadikan untuk tujuan destinasi wisata halal dikarenakan adanya kebijakan kepala daerah yang mempunyai kebijakan sendiri atas daerah mereka masing-masing.

Adapun beberapa daerah wisata yang menjadi kawasan strategis pariwisata untuk menunjang daerah wisata untuk wisata halal adalah sebagai berikut:

KSPD	Mataram Metro	Senggigi, Tiga Gili	Kuta Mandalika	Resimas-Semalun
<b>Tema</b>	Pariwisata Budaya, religi, kuliner, belanja, dan MICE	Pariwisata pantai, bawah laut, olahraga berbasis bahari, budaya, religi dan kuliner	Pariwisata pantai, bawah laut, olahraga bahari dan budaya	Pariwisata agro, pegunungan, budaya dan kuliner
<b>Lokasi</b>	Kota Mataram, Islamic Center, Loang Baloq, Taman Mayura, Sekarbela, Banyumulek, Taman Narmada, Suranadi, Lingsar	Batu Layar, Batu Bolong, Senggigi, Tiga Gili (Trawangan, Meno, Air), Sendang Gile, Senaru, Dusun Tradisional Segenter	Gili Gede, Gili Nanggu, Bangko-Bangko, Selong Belanak, Desa Sade, Kuta, Gili Indah	Benang Stokel, Gili Sulat, Semalun, Gunung Rinjani, Otak Kokoq

**Tabel 2. Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Pulau Lombok**

Sumber: Rencana Induk Pariwisata Berkelanjutan Pulau Lombok Tahun 2015-2019

Tentu saja daerah-daerah wisata tersebut yang ada dilengkapi dengan adanya fasilitas-fasilitas pariwisata yaitu tempat penginapan seperti bungalow, guest house, hotel-hotel berbintang menengah keatas dimana sudah dilengkapi dan disediakan tempat berwudhu, arah kiblat, seperangkat alat shalat. Selain fasilitas penginapan adanya restaurant-restaurant atau tempat makan yang sudah berlabeling halal kuliner.

“Tidak semua, hanya beberapa tempat wisata saja tetapi itu masih dalam proses. Kami dari dinas pariwisata belum bisa menentukan dengan pastinya. Karena kita masih berjalan pelan-pelan melihat kondisi pasar. Bukan saja dari daerah wisata juga, Kementrian Pariwisata sendiri yang

turun lapangan langsung untuk mengobservasi hotel-hotel, restaurant yang ada di Lombok juga sudah sebagian besar termasuk apa yang memenuhi prasyarat untuk sertifikasi halal tersebut” (Wawancara dengan Husnayati Anet 1 Februari 2018)

Semua fasilitas-fasilitas tersebut merupakan kriteria dalam pengembangan industri wisata halal adapun kriteria-kriteria yang dimaksud sebagai berikut:

#### 1. Fasilitas pilihan makanan dengan jaminan Halal

Hal terpenting dan yang paling mendasar adalah kebutuhan makanan dan minuman yang terjamin halal oleh lembaga yang berwenang. Dinas Pariwisata Prov. NTB sudah mempersiapkan sarana yang menjadi kebutuhan wisata halal seperti sertifikasi halal agar wisatawan muslim memiliki jaminan dengan rasa aman dan nyaman mengonsumsi makanan dan minuman halal. Sarana yang sudah dipersiapkan Dinas Pariwisata Prov. NTB adalah melakukan kerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan sudah adanya aturan-aturan yang diatur dalam Peraturan Gubernur (Pergub) No. 51 Tahun 2015 Tentang Wisata Halal dan Peraturan Daerah (Perda) No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal.

Seperti yang sudah diketahui bahwa badan atau lembaga yang mengelola sertifikasi halal di Indonesia adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) serta Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik (LPPOM) didasarkan pada Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Prosedur pemberian sertifikasi halal ini melalui Satuan Kerja Pemerintah Provinsi NTB bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi NTB, Dinas Pariwisata Provinsi NTB yang mengajukan ke LPPOM MUI melalui sistem manual karena di NTB masih terkendala dalam fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan seperti

pengajuan sertifikat halal secara online. Berikut adalah data sertifikat provinsi Nusa Tenggara Barat yang dilakukan LPPOM MUI mulai tahun 2014 hingga 2016, sekitar 644 sertifikat halal diberikan kepada UMKM, Rumah Makan, Restoran Hotel serta Restoran Non Hotel.

Jenis Usaha	2014	2015	2016
UMKM	180	75	269
Rumah Makan	-	20	200
Restoran Hotel	-	5	75
Restoran Non Hotel	-	75	100
<b>Jumlah</b>	180	175	644

**Tabel 3. Data Sertifikasi Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2014-2016**

Sumber: Dinas Pariwisata Prov. NTB

Dengan sudah adanya sertifikat produk berlabel halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI maka itu membuat wisatawan lebih percaya bahwa makanan dan minuman di Lombok dapat dikonsumsi secara aman sesuai dengan prinsip Islam. Tidak hanya diperuntukkan kepada wisatawan muslim saja yang dapat mengkonsumsi dan menikmati seperti pada bab sebelumnya sudah dijelaskan bahwa wisatawan non muslim juga dapat menikmatinya.

## 2. Kemudahan fasilitas akses ibadah

Akses ibadah merupakan suatu tempat yang paling penting dalam pengembangan pariwisata halal, wisatawan saat melakukan kegiatan wisata juga dapat dengan mudah melakukan kewajibannya seperti beribadah melakukan sholat lima waktu. Pulau Lombok yang dijuluki sebagai Pulau Seribu Masjid

karena sangat banyak bangunan-bangunan masjid yang dibangun oleh masyarakat. Sehingga akses untuk wisatawan muslim beribadah dapat terpenuhi dengan baik karena ada 9.000 lebih masjid besar dan kecil tersebar di Lombok. Sesuai dengan penghargaan yang diraih Lombok sebagai kategori *World's Best Halal Tourism* dalam ajang *World Halal Tourism Award* banyak masjid juga masjid yang dapat dijadikan tujuan tempat wisata. Karena memiliki nilai-nilai sejarah, seperti Masjid Kuno Bayan di kampung adat Bayan, Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat.

Masjid Kuno Bayan yang ber dinding bambu dan beratap kerangka bambu, ditutup injuk serta berpondasikan batu ini merupakan masjid yang bersejarah karena berdiri pada abad ke-17 dan saat ini diperkirakan usianya telah lebih dari 300 tahun. Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Center yang baru diresmikan pada akhir tahun 2013 yang lalu adalah objek wisata religi yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Masjid yang lebih dikenal dengan sebutan Islamic Center ini menjadi salah satu hal yang menarik minat wisata halal yang membawa nama Indonesia. Tidak hanya sebagai tujuan tempat wisata, Islamic Center yang berada di tengah kota Mataram juga berfungsi sebagai ikon dari Kota Mataram. Bangunan gedung masjid yang megah ada bagian pada menara masjid dengan tinggi 99 meter menjadi salah satu bagian yang menarik untuk kunjungan wisatawan.

Menara setinggi 99 meter ini diambil dari 99 asma Allah (Asma'ul Husna) yang berjumlah sama. Dari ketinggian menara 99 meter ini wisatawan dapat naik menggunakan fasilitas lift yang sudah disediakan sampai ketinggian

paling atas, dan dari atas menara wisatawan dapat melihat serta menikmati pemandangan keseluruhan kota Mataram.

### 3. Akomodasi yang ramah wisatawan Muslim

Tempat tinggal merupakan suatu yang tak dapat dilepaskan dari kegiatan pariwisata terutama bagi wisatawan khususnya ini wisatawan muslim. Tempat tinggal juga harus memenuhi kebutuhan dasar dari wisatawan muslim seperti akses ibadah, makanan dan minuman dengan jaminan halal dan beberapa hal yang harus sesuai dengan prinsip Islam. Sesuai dengan ketentuan kriteria dari wisata halal, tempat tinggal penginapan mulai dari guest house sampai dengan hotel dianjurkan untuk menyediakan fasilitas ibadah. Penginapan harus dilengkapi dengan petunjuk arah kiblat, perlengkapan shalat, Al-Qur'an, dan kamar mandi menyediakan tempat untuk berwudhu. Seperti Novotel Lombok Beach Resort dan Villas yang mendapat penghargaan sebagai *World Best Halal Beach Resort*.

Selain Novotel Lombok Beach Resort and Villas berikut ini adalah beberapa hotel yang dalam proses beradaptasi dengan konsep wisata halal yang menyediakan kebutuhan dan fasilitas wisatawan muslim, 10 diantaranya adalah:

No	Hotel
1.	Hotel Svarga, Senggigi
2.	Hotel Grand Madani, Mataram
3.	Hotel Lombok Plaza, Mataram
4.	Hotel Grand Legi (Sahid Legi), Mataram
5.	Hotel Santika, Mataram
6.	The Santosa Hotel, Senggigi
7.	Villa Senggigi, Senggigi



8.	Holiday Resort, Senggigi
9.	Hotel Lombok Raya, Mataram
10.	The Sheraton Hotel, Senggigi

**Tabel 4. 10 Hotel Halal di Lombok**

Sumber: *Lombok Halal Guide Book* Dinas Pariwisata Prov. NTB

Hotel atau penginapan ramah wisatawan muslim tidak hanya hotel yang disebutkan di atas, tapi mayoritas penginapan yang ada di Lombok menyediakan fasilitas pendukung untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim yang ingin melakukan ibadah termasuk dalam pelayanan ramah wisatawan muslim.

#### 4. Konektivitas udara dan fasilitas bandara udara

Konektivitas udara dalam artian penerbangan asal dan menuju destinasi wisata juga menjadi penting, penerbangan langsung tentunya menjadi pilihan utama jika wisatawan muslim ingin berkunjung ke suatu tempat. Dalam hal ini, penerbangan dari negara-negara mayoritas muslim terus diupayakan, untuk penerbangan dari Malaysia ke Bandara International Lombok (LIA) mengalami peningkatan yang awalnya hanya dua kali dalam sehar. Namun kini semakin ditambah menjadi tiga kali sehari, yaitu penerbangan dari maskapai AirAsia. Maskapai AirAsia merupakan maskapai paling sering melakukan penerbangan langsung dari Malaysia-Lombok-Malaysia.

Saat ini AirAsia terbang sepuluh kali dalam seminggu dari Kuala Lumpur dan lima kali dari Johor Baru. Pasar Malaysia terus didorong karena Malaysia mempunyai potensi dan peranan besar dalam pasar Timur Tengah dan sebagai gerbang untuk menarik wisatawan dari negara Timur Tengah untuk dapat berkunjung ke Lombok.



Penerbangan langsung asal Timur Tengah ke Lombok juga terus didorong. Tentunya dengan adanya dukungan dari Gubernur provinsi NTB dan Kementerian Pariwisata penerbangan Emirates yang merupakan maskapai asal Uni Emirates Arab yang mampu membawa penumpang wisatawan lebih dari 45 negara dalam satu kali penerbangan. Untuk itu kota Mataram akan mempersiapkan lahan yang digunakan sebagai pusat wisata kuliner Timur Tengah.

Selain adanya konektivitas tersebut yang juga menjadi penting dalam berwisata adalah persyaratan visa, lebih mudah dalam mengurus visa tentunya akan membuat wisatawan lebih tertarik ke suatu tempat. Maka dari itu, Indonesia memberlakukan bebas visa ke 169 negara yang ingin berkunjung ke Indonesia, termasuk di dalamnya negara-negara Muslim dimana negara-negara tersebut yang menjadi target wisatawan muslim mancanegara untuk berwisata halal. Antara lain negara-negara muslim seperti Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Mesir, Al-Jazair, Qatar, Malaysia dan beberapa negara anggota ASEAN. Pemberlakuan bebas visa bagi negara-negara tersebut tentunya menjadi keuntungan bagi Indonesia untuk memudahkan secara administrasi wisatawan muslim maupun non muslim untuk sebanyak-banyaknya berkunjung ke Indonesia, terutama ke daerah-daerah yang menjadi tujuan utama wisata halal seperti Lombok.

Sama halnya dengan tempat penginapan, fasilitas Bandara International Lombok (LIA) juga harus memenuhi kriteria dari wisata halal. Dimana kebutuhan wisatawan muslim untuk melakukan ibadah menjadi nyaman. Fasilitas-fasilitas seperti masjid atau mushola, tersedianya seperangkat alat sholat mukenah dan sarung, Al-Qura'an, tempat berwudhu dan kamar kecil. Berikut ini adalah fasilitas umum yang dimiliki oleh Bandara International Lombok (LIA):

No	Fasilitas	Keterangan
1.	Trolley	300 unit
2.	Toilet	6 toilet perempuan dan pria: 1 di Keberangkatan Domestik Lantai II, 1 di Keberangkatan International Lantai II, 1 di Area Check In Counter Lantai I, 1 Kedatangan Domestik Lantai II, 1 di Kedatangan International Lantai II, dan 1 di Lobi Lantai Terminal
3.	Musholla	3 musholla: 1 di Ruang Tunggu Domestik Lantai II, 1 di Ruang Tunggu International Lantai II, dan 1 di Lobi Lantai Terminal
4.	Masjid	1 masjid di area Bandara
5.	Smoking Area	1 smoking room berlokasi di Keberangkatan Domestik/International Lantai II Terminal dan 10 titik smoking area di Lobi Lantai I Terminal
6.	Parkir Mobil	Kapasitas parkir mobil 3.343 unit
7.	Parkir Motor	Kapasitas parkir motor 284 unit
8.	Parkir Bus	Kapasitas parkir bus 111 unit
9.	Taksi Bandara	Kapasitas parkir taksi bandara 768 unit
10.	Aviobridge	2 unit
11.	Check In Counter	24 unit
12.	Baggage Handling Conveyor	2 unit pada kedatangan Domestik, 2 unit pada kedatangan International
13.	Baggage Handling System	2 unit pada kedatangan Domestik, 2 unit pada kedatangan International
14.	Operational system	AIMS (Aiport Integrated Management System)
15.	Luas Terminal	21.128 m <sup>2</sup>
16.	Area Komersial	Terminal seluas 5.964.23 m <sup>2</sup> dan Lahan / Tanah di area bandara seluas 112.79 Ha

17.	Apron	48.195 m <sup>2</sup>
18.	Luasan Kargo	2.060 m <sup>2</sup>

**Tabel 5. Fasilitas Umum Bandara International Lombok**

Sumber: Website resmi Bandara International Lombok (LIA)

Berdasarkan tabel diatas, fasilitas tempat ibadah yang disediakan Bandara International Lombok (LIA) untuk wisatawan muslim menyediakan 3 unit musholla dan 1 masjid yang dilengkapi seperangkat sholat seperti mukenah dan sarung, tempat berwudhu serta toilet. Fasilitas tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ibadah bagi wisatawan muslim yang berkunjung dan untuk wisatawan transit melalui Bandara International Lombok (LIA).

#### **4.2.2 Promosi Pariwisata Halal**

Upaya yang dilakukan pemerintah dalam rangka mencapai sasaran pengembangan kepariwisataan adalah dengan cara meningkatkan promosi pariwisata. Adanya tren wisata halal ini karena melihat adanya permintaan pasar yang sangat besar sehingga penyedia jasa tergerak untuk menyediakan kebutuhan dari permintaan tersebut yang pasarnya adalah wisatawan muslim di seluruh dunia. Lombok sudah semakin dikenal oleh wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Lombok semakin meningkat. Wisata halal itu sendiri ditujukan untuk wisatawan Muslim domestic maupun wisatawan Muslim mancanegara. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan peneliti yaitu Bapak H. Harris mengatakan:

“Yang kita harapkan ya tentu saja seluruh wisatawan baik itu wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara” (Wawancara dengan H. Harris 1 Februari 2018)

Dinas Pariwisata NTB menargetkan target utama wisatawan yang berkunjung ke pulau Lombok untuk menikmati wisata halal ini adalah wisatawan Muslim mancanegara. Adapun negara-negara muslim yang ditargetkan seperti negara Timur Tengah, negara-negara ASEAN seperti Malaysia, Brunnei Darussalam.

“Yang utama adalah dapat menggiring kepercayaan dari calon wisatawan terlebih dahulu kepada negara yang memiliki religinya tinggi seperti negara Timur Tengah, negara-negara ASEAN yang memang memiliki kekuatan dan keyakinan cukup tinggi dengan kaitan agama. Itu yang kita inginkan sebenarnya” (Wawancara dengan Bapak H.Harris 1 Februari 2018)

Pariwisata halal juga terus di promosikan ke luar negeri, seperti Kabupaten Lombok Barat yang gencar promosikan pariwisata halal ke Malaysia, hal ini merupakan tindak lanjut dari kerja sama pemerintah Lombok Barat dengan *Unity Collage Negeri Sembilan Malaysia*, karena Malaysia memiliki nilai potensial wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Lombok terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan data tabel kunjungan asal wisatawan mancanegara yang telah dirangkum oleh Dinas Pariwisata Prov. NTB pada tahun 2016 ada sepuluh besar negara asal wisatawan mancanegara yang berkunjung ke NTB. Pada saat tahun 2016 tersebut promosi wisata halal sedang direalisasikan oleh pemerintah, sehingga pasar utama untuk kunjungan wisatawan muslim mancanegara masih belum meningkat. Berikut 10 (sepuluh) negara asal wisatawan mancanegara (*Big Ten*) terbesar yang berkunjung ke NTB :

No	Asal Negara	Jumlah Kunjungan 2016
1.	Australian	256.744
2.	Jerman	110.154
3.	Belanda	104.714
4.	UK	100.522
5.	Malaysia	95.103
6.	Italia	79.525
7.	Perancis	79.521
8.	USA	54.778
9.	Swiss	37.955
10.	Kanada	34.231
11.	Negara Lainnya (Timur Tengah, Singapura, Jepang, China dan Korea	10.204
<b>Jumlah</b>		<b>963.451</b>

**Tabel 6. Negara asal wisatawan mancanegara**

Sumber: Data Statistik Dinas Pariwisata Prov.NTB 2016

Dilihat dari data tabel tersebut bahwa banyak juga dari negara non muslim juga yang berkunjung ke pulau Lombok. Berdasarkan hasil wawancara informan mengatakan:

“Tujuan pasar utamanya adalah negara-negara yang memang memiliki kekuatan dan keyakinan cukup tinggi dengan kaitan agama. Tapi ternyata didalam perjalanan itu sendiri bahwa branding wisata halal itu tidak bisa didominasi oleh pasar tersebut. Dari negara non muslim juga banyak yang memilih dan menyenangi wisata halal ini. Karena ternyata juga para wisatawan non muslim itu bisa mengkonsumsi makan-makanan yang menurut mereka boleh dikonsumsi, justru mereka malah lebih yakin akan rasanya, mereka merasa aman untuk mengkonsumsi dan menikmati kuliner-kuliner yang telah diberi label sertifikasi halal” (Wawancara dengan H.Harris 1 Februari 2018)

Adapun tujuan dari pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Prov. NTB melakukan promosi menurut Tjiptono (2001, h.221) menginformasikan (informing), mempengaruhi dan membujuk (persuading) serta mengingatkan (reminding) pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Hal ini yang menjadi landasan pemerintah dalam memasarkan sektor industri pariwisata Lombok. Sistaningrum (2002, h.98) menjelaskan tujuan promosi adalah empat hal yaitu memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan.

#### **4.2.3 Strategi Pengembangan Pariwisata Halal**

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan wisata halal. Upaya-upaya tersebut dilakukan secara terorganisir sesuai dengan kesepakatan bersama dan atas kerja sama dari berbagai instansi yang terkait dan mendukung. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Prov.NTB adalah melakukan sosialisasi, melaksanakan koordinasi-koordinasi atau dalam bahasa pemerintah adalah rapat-rapat secara rutin. Sosialisasi atau koordinasi tidak hanya dilakukan di kantor Dinas Pariwisata Prov. NTB saja melainkan dengan instansi-instansi lain yang mendukung.

“Yaah upaya dalam mengembangkan wisata halal ini dengan meningkatkan sosialisasi untuk meningkatkan komitmen untuk terus mengembangkan lebih dari wisata halal ini dan juga kami mengikuti rapat di Jakarta di Kementerian Pariwisata untuk mempersiapkan wisata halal kemudian siap disosialisasikan” (Wawancara dengan H.Harris 1 Februari 2018)





**Gambar 4. Sosialisasi Perda No. 2 Tahun 2016**

Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata Prov. NTB



**Gambar 5. Sosialisasi Perda No. 2 Tahun 2016**

Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata Prov. NTB

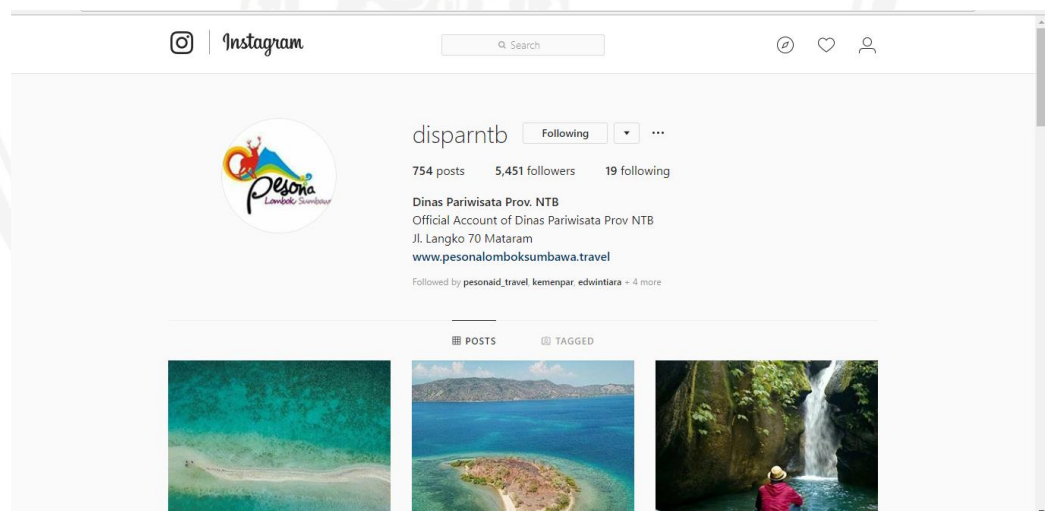
Dinas Pariwisata Prov. NTB melakukan sosialisasi kepada masyarakat selaku tempat wisata yang dikunjungi serta para wisatawan. Tujuannya adalah agar mereka menyadari secara tidak langsung bahwa mereka berada di daerah atau kawasan destinasi wisata halal pulau Lombok.

“Pertama kita terus mensosialisasikan sejenis himbauan kepada masyarakat dan wisatawan agar mereka menyadari bahwa mereka berada di daerah destinasi wisata halal yaitu pulau Lombok. Lalu kita tempelkan beberapa sayembara dan allhamdulillah wisatawan pun menyadari bahwa mereka berada di daerah atau *notabenenya* daerah wisata halal. Sekarang ini kita juga mulai menata secara perlahan-lahan yang pada akhirnya nanti



pasar dari dalam domestic maupun mancanegara menginginkan kita untuk mengangkat bendera sebagai destinasi halal ya kenapa tidak” (Wawancara dengan H.Harris 1 Februari 2018)

Fasilitas menjadi sangat penting untuk mendukung pembangunan pariwisata. Tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisata. Maka dari itu, pemerintah daerah menyediakan informasi secara lengkap destinasi wisata, transportasi, hotel, dan sebagainya yang dapat memudahkan wisatawan dalam website [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com) merupakan website yang mendapatkan penghargaan sebagai *World's Best Halal Tourism Website* (website [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com)) Selain mengadakan sosialisasi langkah-langkah selanjutnya adalah dengan menyebarkan sponsor atau mempublikasikan mengenai wisata halal ini. Kegiatan publikasi dilakukan melalui media sosial Instagram, Facebook, Website Dinas Pariwisata Prov. NTB. Kemudian secara dengan menyelenggarakan beberapa *event*.



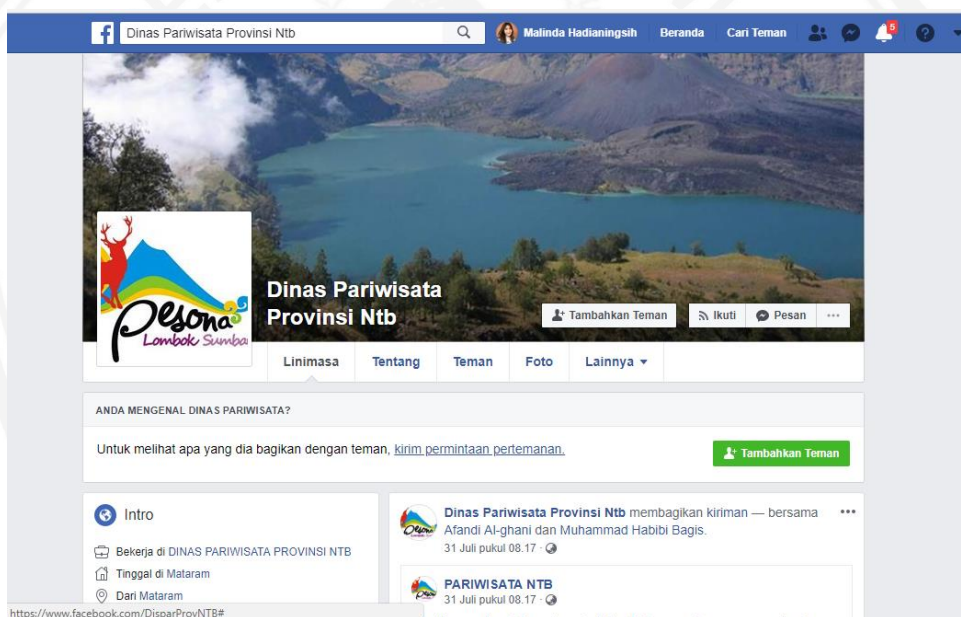
**Gambar 6. Instagram Dinas Pariwisata Prov. NTB**

Sumber: Dokumentasi peneliti



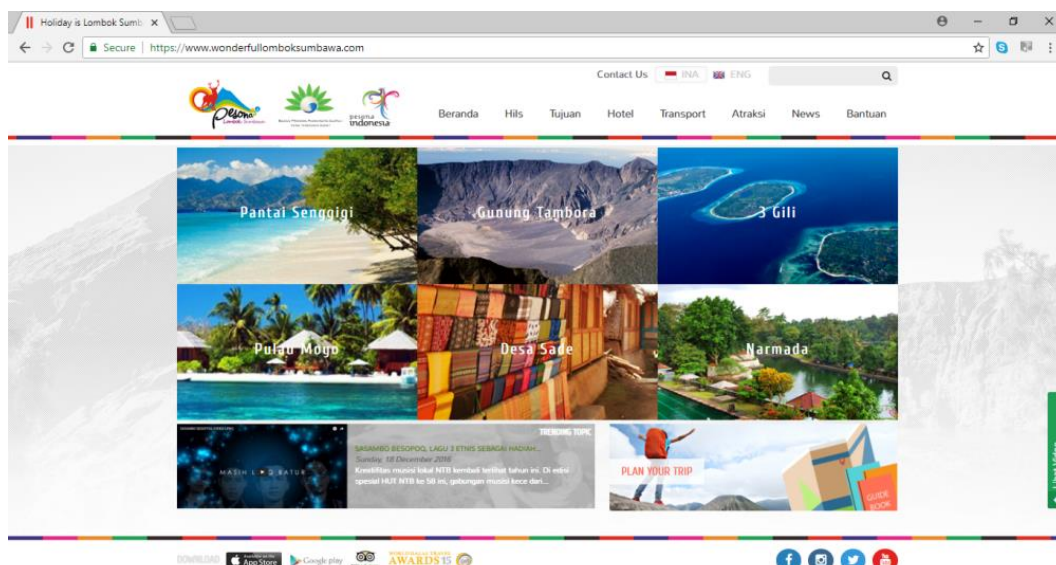
**Gambar 7. Instagram GENPI Lombok Sumbawa**

Sumber: Dokumentasi peneliti



**Gambar 8. Facebook Dinas Pariwisata Prov. NTB**

Sumber: Dokumentasi peneliti



**Gambar 9. Website wonderfullomboksumbawa.com**

Sumber: Dokumentasi peneliti



**Gambar 10. Website Dinas Pariwisata Prov. NTB**

Sumber: Dokumentasi peneliti

Melalui FORJIM (Forum Jurnalis Muslim) diharapkan dapat semakin mengembangkan wisata halal Lombok. FORJIM merupakan sebuah komunitas independen yang terdiri dari pewarta atau jurnalis muslim dari berbagai lintas media yang memiliki spirit Islam, visi dan misi yang sama. ([www.forjimindonesia.com](http://www.forjimindonesia.com))

“Forum Jurnalis Muslim (FORJIM) telah menyelenggarakan Musyawarah Kerja Nasional (MUKERNAS) ke-1 dan kita ini khususnya di Lombok sebagai tuan rumahnya. Malah ketua dari FORJIM sendiri mengatakan bahwa mereka sangat bersyukur dapat melaksanakan kegiatan ini ditempat yang berkembang wisata halalnya. Beliau juga menyampaikan bawasannya tujuan FORJIM juga ingin menyerap informasi tentang Lombok yang mendapat banyak penghargaan wisata halal, dan teman-teman media juga sangat antusias untuk mengangkat pariwisata halal” (Wawancara dengan H.Harris 1 Februari 2018)



**Gambar 11. Kunjungan FORJIM**

Sumber: Dokumentasi peneliti

FORJIM menjalin kerjasama dengan IITCF (*Indonesia Islamic Travel Communication Forum*) sebagai wujud menjalin silaturahmi dalam rangka menggolarakan industri wisata halal. Diharapkan media dan perusahaan industri wisata saling bersinergi agar Indonesia dapat mengalahkan potensi wisata halal Turki sebagai peringkat satu tujuan wisata halal dunia. Ada beberapa media online juga meliputi proses perkembangan dari industri halal Lombok.





**Gambar 12. Berita Tentang Pariwisata Halal NTB**

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Selanjutnya yang menjadi daya tarik adalah *event*, pada tahun 2015 diselenggarakan *event* International yang mempertemukan *buyer* dan *seller* untuk menjual paket wisata dan dihadiri oleh jasa agen perjalanan wisata dan pelaku usaha terkait pariwisata *World Islamic Travel Mart* (WITM) 2015 yang berlangsung di hotel Lombok Raya, Mataram pada tanggal 22-24 Oktober 2015. Acara ini tentunya menjadi kesempatan besar untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Lombok secara langsung dapat memperkenalkan destinasi wisata Lombok kepada peserta yang dihadiri oleh pelaku usaha wisata dari berbagai negara khususnya negara-negara Timur Tengah dan ASEAN.

Pada tahun 2016 pemerintah Kabupaten Lombok Timur juga menyelenggarakan Festival Muharram untuk menambah identitas religionalitas daerah yang berlangsung selama satu bulan. Festival Pesona Khazanah Ramadhan pada tahun 2017 yang diselenggarakan di kota Mataram, dengan diselenggarakannya Festival Pesona Khazanah Ramadhan untuk membantu mempromosikan wisata halal Lombok.

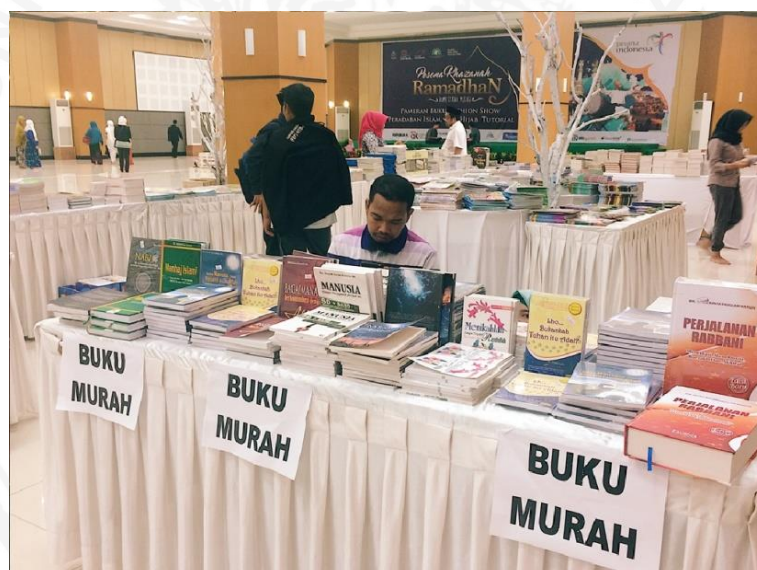
“Kami membuat suatu festival yang bertemakan religi, hal ini sebagai salah satu bentuk promosi Lombok sebagai wisata halal. Rangkaian acara seperti kegiatan ibadah, pameran dan bazar, berbagai lomba-lomba Islami, Talkshow, kegiatan sosial serta hiburan Islami turut menyemarakkan kemeriahan Festival Khazanah Ramadhan. Festival ini berbeda dengan festival-festival lainnya karena pemerintah daerah yang didukung oleh banyak pihak untuk turut mengundang sejejeran imam besar dari Timur Tengah seperti, Arab Saudi, Maroko, Yordania dan Mesir sebagai Imam shalat Tarawih di Masjid Hubbul Wathan (Islamic Center) dan untuk memberikan tausiah selama bulan Ramadhan berlangsung” (Wawancara dengan H.Harris 1 Februari 2018)

Pesona Khazanah Ramadhan yang diselenggarakan tahun 2017 lalu sangat mengantusias masyarakat, karena selain dalam rangka menyambut bulan Ramadhan dan mendekatkan diri pada pencipta, selain masyarakat adapun wisatawan yang sedang berkunjung ke Islamic Center akan mendapatkan pelajaran dan pengalaman serta hiburan dari setiap rangkaian acara yang telah berlangsung. Dari penyelenggaraan festival tahun ini diharapkan dapat menguatkan masyarakat Indonesia serta dunia bahwa Lombok yang sudah dikenal sebagai Pulau Seribu Masjid dan juga menjadikan masyarakat setempat dapat menyemarakkan bulan Ramadhan dengan kegiatan-kegiatan positif sehingga dapat berpartisipasi penuh selama penyelenggaraan acara berlangsung.



**Gambar 13. Event Pesona Khazanah Ramadhan 2017**

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi NTB



**Gambar 14. Suasana Bazar Festival Khazanah Ramadhan 2017**

Sumber: Dokumentasi Peneliti





**Gambar 15. Pengunjung yang sedang menikmati Masjid Islamic Center**

Sumber: Dokumentasi peneliti

#### **4.2.4 Kendala Dalam Promosi Pariwisata**

Dalam mengembangkan sebuah destinasi pariwisata pasti terdapat setiap kendala. Mengingat bahwa pariwisata halal juga baru berkembang beberapa tahun ini. Meskipun sudah 2 tahun berturut-turut sejak 2015 bahwa Lombok memenangkan 5 kategori dalam ajang *World Halal Tourism Award*. Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Prov. NTB dalam mengembangkan wisata halal sebagai acuan atau tantangan untuk lebih gencar dalam mengembangkan wisata halal pulau Lombok.

“Kalo dilihat dari masyarakat sendiri ada pro dan kontra itu sudah pasti ada ya mbak. Apalagi tidak semudah membalikan telapak tangan yang namanya halal itu apa sih. Dan masing-masing kepala daerah mempunyai kebijakan sendiri atas daerah mereka termasuk sektor-sektor pariwisata di masing-masing daerah atau kabupaten tersebut. Sehingga belum meratanya komitmen 10 kabupaten yang ada di NTB ini” (Wawancara dengan H. Harris 1 Februari 2018)

Bentuk komunikasi serta koordinasi dalam bentuk kerjasama sebenarnya sangat dibutuhkan oleh semua pemimpin dimasing-masing kabupaten, khususnya 4 kabupaten seperti kabupaten Lombok Utara, kabupaten Lombok Barat,

kabupaten Lombok Tengah dan kabupaten Lombok Timur. Sehingga otonomi daerah juga mampu menjadi kunci dalam pengembangan daerah, pemerintah.

“Kalo harapannya, lebih cepat lebih bagus. Tetapi tentunya masih ada beberapa yang harus dipersiapkan. Diharapkan juga sangat dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Lombok sendiri, sehingga tidak membutuhkan SDM dari daerah-daerah lain dan tidak lepas dari bantuan-bantuan masyarakat kita untuk mewujudkannya”. (Wawancara dengan H.Harris 1 Februari 2018)

Wisatawan muslim dapat menjangkau destinasi serta ada kesadaran bagi semua pihak terkait wisata halal, mulai dari pemerintah, masyarakat adat, masyarakat secara umum setidaknya tahu tentang pariwisata halal. Sehingga untuk menjadikan destinasi wisata halal, Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai pengelola pariwisata beserta Majelis Ulama Indonesia Daerah Nusa Tenggara Barat sebagai lembaga yang mengeluarkan sertifikasi atau jaminan halal, serta promosi melalui Badan Promosi Pariwisata Daerah Nusa Tenggara Barat mulai membenahi diri menggunakan standarisasi secara bertahap untuk mengembangkan wisata halal.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Perkembangan Industri Wisata Halal Lombok**

Provinsi Nusa Tenggara Barat, khususnya Pulau Lombok adalah salah satu daerah prioritas nasional pembangunan wisata halal di Indonesia. Berdasarkan visi dan misi pemerintah didukung dengan terbitnya Peraturan Gubernur (pergub) No.51 Tahun 2015 dan Peraturan Daerah (perda) No. 2 Tahun 2016. Beberapa sarana dan prasarana sebagai salah satu faktor penunjang aksesibilitas yang sesuai dengan kriteria penunjang wisata halal sudah hampir dapat terpenuhi dan

memadai. Kebutuhan saat berwisata dengan adanya kemudahan-kemudahan yang sudah difasilitasi tujuannya adalah untuk dapat lebih menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Hal ini tentu saja dapat dilihat pertama, dari segi makanan dan minuman yang tersedia di rumah makan atau restaurant, fasilitas pilihan makanan dan minuman dengan jaminan halal sudah mendapatkan labeling atau sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) kedua, kemudahan fasilitas akses ibadah untuk wisatawan muslim. Akses ibadah ini merupakan faktor yang paling penting dalam pengembangan wisata halal. Banyak bangunan masjid yang telah dibangun mulai dari daerah yang jauh dari jangkauan perkotaan sampai pusat kota. Salah satu masjid yang telah dibangun berlokasi di pusat Kota Mataram yaitu Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Center yang diresmikan pada akhir tahun 2013. Tidak hanya untuk sebagai tempat ibadah namun masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Center dapat digunakan sebagai salah satu objek tujuan wisatawan muslim.

Sehingga wisatawan dapat beribadah sekaligus berwisata menikmati kemegahan masjid dan dapat melihat keindahan kota Mataram dari ketinggian masjid. Ketiga, akomodasi yang ramah wisatawan Muslim, sesuai dengan ketentuan dari kriteria wisata halal dari segi pelayanan dan ketersediaan fasilitas ibadah di tempat penginapan, hotel dan guest house harus menyediakan kebutuhan beribadah untuk wisatawan seperti, alat sholat mukenah dan sarung, adanya penunjuk arah kiblat, tempat bersuci atau berwudhu. Keempat, konektivitas udara dan fasilitas bandara. Salah satu kenyamanan untuk wisatawan adalah perjalanan menuju destinasi wisata tersebut melalui transportasi udara dimana fasilitas yang

disediakan oleh bandara cukup memadai. Bandara International Lombok (LIA) berupaya untuk semakin efektif dalam rute penerbangan international khususnya untuk negara-negara mayoritas muslim. Seperti penerbangan dari Malaysia ke Bandara International Lombok (LIA) mengalami peningkatan jadwal penerbangan. Tidak hanya Malaysia, negara yang menjadi target untuk wisata halal seperti negara-negara Timur Tengah terus diupayakan pemerintah atas dukungan dari Gubernur dan Kementerian Pariwisata.

Selain Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat ada juga aktor formal atau lembaga yang didirikan oleh pemerintah dalam melakukan promosi wisata yaitu Badan Promosi Pariwisata Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat (BPPD) sesuai pasal 46 membentuk unsur pelaksana untuk menjalankan tugas operasional Badan Promosi Pariwisata Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Tujuan dan sasaran program dari BPPD dalam melakukan promosi ini dikategorikan berdasarkan tujuannya adalah a) mempromosikan keunggulan potensi pariwisata NTB sebagai tujuan wisata yang menarik dan menguntungkan wisatawan dan masyarakat, b) meningkatkan dan memantapkan citra wisata NTB di pasar domestik dan international (*image branding*), c) menyebarluaskan informasi dan pengetahuan tentang produk-produk wisata NTB yang telah dikembangkan, d) membangun dan membina komunikasi yang efektif dengan media dan pers nasional dan internasional (Dikutip dari website BPPD Prov.NTB).

Dalam melakukan promosi dalam industri wisata halal BPPD menjadi bagian ekstra dalam melakukan promosi wisata (*image branding*) yang sesuai dengan branding dari wisata halal *Friendly Lombok* . Strategi promosi BPPD

dengan membuat exhibition dimana sebenarnya banyak mengeluarkan biaya secara berlebih untuk proses promosi, namun lain halnya dengan strategi digital tourism. Strategi digital tourism ini yang menjadi strategi utama mampu dengan cepat dan tepat untuk memperkenalkan produk wisata kepada calon wisatawan. Karena menimalisir biaya yang lebih untuk promosi. Kedua startegi tersebut diharapkan dapat sama-sama menunjang branding wisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan dapat mencapai target.

#### 4.3.2 Strategi Komunikasi Pariwisata

Komunikasi dapat membantu penjual produk wisata memberikan informasi atau menawarkan produk di bidang pariwisata. Pentingnya komunikasi dalam komunikasi pariwisata adalah dalam proses pemasaran yakni komunikator harus bijak dalam memasarkan produk wisata agar dapat menarik perhatian calon wisatawan untuk menggunakan produk wisata dan menarik minat kunjungan calon wisatawan. Dalam membentuk suatu daerah yang memiliki potensi pariwisata *destination branding* memerlukan komunikasi pemasaran agar daerah wisata itu dapat dikenal oleh calon wisatawan baik wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara.

Pemasaran wisata merupakan sebuah proses manajemen yang digunakan oleh organisasi-organisasi pariwisata yang bertujuan untuk meliputi sejumlah kegiatan yang maksudnya untuk mempengaruhi, menghimbau dan merayu wisatawan potensial sebagai calon wisatawan agar mengambil keputusan untuk mengadakan perjalanan wisata. Semakin detail informasi tentang kebutuhan fasilitas pariwisata yang dibutuhkan calon wisatawan, maka calon wisatawan akan



semakin tertarik untuk menggunakan jasa dan berkunjung ke daerah wisata tersebut.

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa upaya dalam mengembangkan wisata halal. Upaya-upaya tersebut dilakukan secara terorganisir sesuai dengan kesepakatan bersama dan atas kerja sama dari berbagai instansi yang terkait dan mendukung. Mulai dari pihak internal melalui masyarakat daerah yang mempunyai peran sangat penting dalam membantu pemerintah. Selanjutnya melalui industri lokal dimana masyarakat juga berperan untuk memberikan dampak positif bagi sektor ekonomi daerah, dimana hal ini akan memicu terjadinya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

#### **4.3.2.1 Strategi Internal**

##### **a. Masyarakat**

Dalam melakukan pengembangan industri pariwisata peran dari pihak internal juga sangat berpengaruh untuk daerah tersebut. Baik ataupun buruknya suatu daerah pariwisata bukan hanya peran dari pihak pemerintah daerah saja. Masyarakat daerah sebagai aktor non formal harus tahu dan mengerti bahwa daerahnya tersebut mempunyai potensi wisata, sehingga mereka dapat membantu pemerintah dalam pengembangan pariwisata. Sesuai dengan branding wisata halal yaitu "*Friendly Lombok*" yang mempunyai makna dan arti bahwa Lombok memiliki pelayanan yang baik, kenyamanan dan keamanan bagi semua wisatawan, baik untuk wisatawan muslim maupun non muslim. Sehingga dengan adanya branding *Friendly Lombok* tentunya menunjukkan karakter dari masyarakat Lombok yaitu memiliki perilaku yang baik, ramah tamah kepada para wisatawan yang berkunjung.

Dari segi keamanan yang terjamin baik didalam dan diluar objek wisata adalah faktor penting dari proses pengembangan daerah wisata. Keadaan daerah objek wisata yang tenang dan tidak terjadi konflik tentu akan mendatangkan rasa nyaman untuk berkunjung. Keamanan yang terjamin dengan tingkat kriminalitas yang rendah merupakan salah satu pertimbangan para calon wisatawan saat akan berkunjung ke suatu daerah wisata. Meskipun dalam proses pengimplementasiannya tidak mudah oleh karena itu kerjasama dari masyarakat, pemerintah dan aparat keamanan pun menjadi hal yang sangat penting. Sesuai dengan data yang didapatkan peneliti berdasarkan wawancara dengan informan pemerintah khususnya Dinas Pariwisata juga melakukan sosialisasi dengan memberikan contoh dampak positif dan negatif pentingnya menjalin hubungan antar kunjungan wisatawan. Maka dengan adanya branding *Friendly Lombok* masyarakat daerah diharapkan untuk dapat berkomitmen dalam pengembangan industri wisata halal.

#### b. Industri Lokal

Industri lokal merupakan wadah sebagai mata pencaharian masyarakat daerah wisata tersebut. Adanya industri lokal ini sebagai salah satu bentuk daya tarik untuk para calon wisatawan dan juga sebagai dampak positif untuk masyarakat sendiri, seperti sumber pendapatan dan kesejahteraan ekonomi. Di masing-masing daerah di 5 kabupaten yang ada di pulau Lombok mempunyai ciri khas industri lokal tersendiri. Di dalam pengembangan wisata halal Lombok Dinas Pariwisata Prov. NTB bekerjasama dengan Asosiasi Biro Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA) wilayah Nusa Tenggara Barat membuat suatu paket perjalanan wisata



halal yaitu 4 hari 3 malam. Dalam paket perjalanan wisata halal itu ada satu tujuan destinasi wisata halal yaitu Desa Sade. Desa Sade adalah sebuah perkampungan suku Sasak asli yang berada di Desa Rembitan, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB). Desa Sade ini hanya dihuni oleh 150 kepala keluarga keturunan keenam belas dari leluhurnya dan tetap bertujuan untuk menjaga kelestarian desa ini.

Dalam perkampungan ini terdapat rumah khas suku Sasak dibangun dari bahan-bahan alami seperti tanah liat, sekam dan beratapkan alang-alang. Para wisatawan pun diizinkan masuk kedalam rumah khas suku Sasak dipandu oleh guide asli penduduk Desa Sade. Ciri khas dari rumah adat inilah yang menjadi keunikan tersendiri untuk menarik minat wisatawan. Selain rumah khas suku Sasak ada juga kain khas suku Sasak yaitu kain Songket. Kain Songket yang dibuat langsung oleh para penduduk wanita asli Desa Sade dijual untuk para wisatawan yang datang berkunjung.

Kampung Wisata Halal Karang Jangkong merupakan kampung yang dikembangkan untuk pertama kalinya di Kota Mataram. Kampung wisata halal ini tentunya sebagai salah satu strategi pemerintah untuk semakin mempromosikan wisata halal Lombok. Dikemas sesuai dengan Peraturan Gubernur (Pergub) provinsi Nusa Tenggara Barat dan sudah sesuai dengan kriteria-kriteria wisata halal. Salah satu inisiator kampung Wisata Halal Karang Jangkong adalah sebuah konsep destinasi wisata yang berada di pusat kota dengan menyajikan konsep wisata pedesaan yaitu akan disajikan beragam akomodasi wisata mulai dari tempat

menginap yang sudah disediakan lengkap alat beribadah serta petunjuk arah kiblat. Selain itu ada juga fasilitas wisata seperti program magrib mengaji, dimana wisatawan muslim yang ingin melihat kegiatan masyarakat pada malam menjelang magrib dan wisatawan juga dapat ikut langsung berkumpul bersama masyarakat lokal untuk mengaji bersama. Makanan dan minuman yang disediakan tentunya sudah mempunyai izin dan labeling halal dari MUI prov. NTB. sehingga dengan adanya industri lokal yang dimana atas dukungan dari semua masyarakat, mulai dari remaja, ketua RT dan RW kampung wisata halal ini diharapkan dapat sukses membuka peluang ekonomi dan tentunya menambah destinasi wisata di Kota Mataram, semakin berkembang dan menjadi lebih baik lagi untuk tahun-tahun berikutnya.

#### **4.3.2.2 Strategi Eksternal**

##### **a. Wisatawan Domestik/Mancanegara**

Menurut data yang didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara dengan salah satu informan dari Dinas Pariwisata Prov. NTB adanya tren wisata halal tidak membuat jumlah kunjungan wisatawan menurun, tetapi semakin membuat jumlah kunjungan wisatawan meningkat. Target wisatawan untuk wisata halal adalah wisatawan Muslim mancanegara. Adapun negara-negara mayoritas muslim yang ditargetkan seperti negara Timur Tengah, negara-negara ASEAN seperti Malaysia, dan Brunnei Darussalam. Berdasarkan data jumlah wisatawan dari Malaysia yang berkunjung ke Lombok terus mengalami peningkatan, pemerintah sudah memfasilitasi dengan menambah rute penerbangan dari Malaysia ke Lombok melalui Bandara International Lombok

(LIA) yang sebelumnya hanya dua kali penerbangan dalam sehari namun sekarang sudah menjadi tiga kali sehari penerbangan. Namun untuk wisatawan domestik tidak dikesampingkan dan bukan hanya wisatawan muslim saja yang dapat menikmati destinasi wisata halal, wisatawan non muslim juga dapat menikmati dan menurut data yang didapatkan oleh peneliti di lapangan berdasarkan hasil wawancara dengan informan wisatawan non muslim lebih merasa aman dan nyaman dengan adanya wisata halal ini. Terutama dari segi makanan dan minuman yang sudah terjamin halal.

b. Investor

Adanya investor dinilai mempunyai nilai feedback yang menguntungkan. Pariwisata menjadi sektor unggulan dalam hal penyumbang investasi provinsi Nusa Tenggara Barat. Dengan adanya kemudahan pelayanan perizinan dan fasilitas yang dalam bidang kepabeanan dari Bea Cukai menjadi faktor pendukung untuk para investor. Salah satu kawasan strategis wisata yang berskala internasional adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang berada di Kuta, Kabupaten Lombok Tengah. Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika merupakan kawasan yang telah diperbaharui dari kawasan pantai Kuta yang akan menjadi tujuan wisata baru untuk para wisatawan.

Dalam pengembangan industri wisata halal KEK Mandalika diproyeksikan sebagai destinasi wisata halal dengan pasar utama negara-negara Arab. Ada sejumlah investor yang dipastikan sudah mulai membangun hotel di KEK Mandalika, di antaranya Hotel Royal Tulip (Investor asal Korea Selatan), Hotel Pullman (oleh ITDC), Hotel Paramount (Investor asal Amerika Serikat), Hotel X2 (Investor asal Indonesia) dan Hotel ClubMed (oleh ITDC). Atas dukungan dari

semua pihak, pemerintah terus semakin berupaya mempercepat kekurangan dari proses pembangunan KEK Mandalika. Untuk wisata halal dari segi fasilitas-fasilitas seperti tempat beribadah sudah dilengkapi, pemerintah juga sudah membangun masjid Nurul Bilad Mandalika yang arsitekturnya mengadopsi nilai kearifan lokal dari Masjid bayan, Kabupaten Lombok Utara. Fasilitas dari segi tempat penginapan sesuai standar atau kriteria halal seperti Novotel Lombok Beach Resort yang mendapat penghargaan sebagai *World Best Halal Beach Resort* yang berada tidak jauh dari Kawasan Ekonomi Khusus ( KEK) Mandalika. Perubahan daerah wisata ini tentunya dapat menjadi acuan dari pemerintah untuk terus tetap gencar dalam melakukan promosi wisata kepada wisatawan dan dapat semakin meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.

### **4.3.3 Pemanfaatan Media Komunikasi dalam Pengembangan Wisata Halal**

#### **4.3.3.1 Media Sosial**

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat mempunyai strategi dalam memperkenalkan wisata halal dengan cara memanfaatkan media komunikasi seperti media sosial. Kegiatan publikasi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Melalui Website, seperti Wonderfullomboksumbawa merupakan website yang mendapatkan penghargaan sebagai *World's Best Halal Tourism Website* dan Website resmi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.

##### **1. Instagram**

Dinas Pariwisata Prov. NTB melalui account officialnya @disparntb yang mempunyai 5.541 followers dan 754 posts dalam

bentuk foto dan video. Menurut peneliti cukup berperan penting dalam memporosikan produk wisata, dilihat dari bentuk feeds Instagram yang terlihat instragramable akan membuat wisatawan semakin tertarik untuk berkunjung ke Lombok. Tingkat publikasi yang dilakukan @disparntb untuk mempromosikan wisata halal sudah berjalan cukup baik, peneliti melihat pada tahun 2017 promosi untuk wisata halal sendiri semakin digencarkan oleh Dinas Pariwisata Prov. NTB namun tidak sampai pada tahun 2018 ini. Mulai dari foto-foto untuk destinasi wisata halal sebagai gambaran yang dapat lebih menyakinkan wisatawan untuk berkunjung sampai beberapa informasi mengenai event yang bertujuan juga untuk promosi wisata halal.

Tidak hanya melalui account official dari Dinas Pariwisata Prov. NTB ada juga account official dari Generasi Pesona Indonesia @genpilomboksumbawa yang disponsori langsung oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. @genpilomboksumbawa mempunyai 7.809 followers dan 1.534 posts dimana @genpilomboksumbawa atas kerjasama Dinas Pariwisata Prov. NTB dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia dalam bentuk strategi *event*. *Event* diharapkan dapat memberikan efek positif dengan mendatangkan keuntungan untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan. Sama halnya dengan official account @disparntb, tingkat publikasi @genpilomboksumbawa lebih baik, sampai pada tahun 2018 aktivitas akun ini masih terus mempromosikan wisata halal.

## 2. Facebook

Akun Facebook dari Dinas Pariwisata Prov. NTB merupakan salah satu media untuk melakukan promosi mengenai pariwisata provinsi NTB. Menurut peneliti banyak informasi-informasi mengenai pariwisata yang dapat ditemukan melalui akun facebook Dinas Pariwisata Prov. NTB. Intensitas publikasi melalui akun facebook Dinas Pariwisata Prov. NTB untuk promosi wisata halal tidak cukup intens. Namun untuk informasi mengenai data akomodasi hotel, homestay dan sewa rental kendaraan sudah cukup lengkap.

Informasi mengenai beberapa event lain juga sering dipromosikan melalui akun facebook Dinas Pariwisata Prov. NTB. Semua informasi tersebut bertujuan untuk memudahkan para wisatawan untuk berwisata saat berkunjung ke Lombok. Kemudahan-kemudahan tersebut juga akan membuat wisatawan menjadi aman dan nyaman dengan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan dan dapat berdampak baik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

#### 4.3.3.2 Website

##### 1. Website Wonderfullomboksumbawa

Website [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com) merupakan website yang mendapatkan penghargaan sebagai *World's Best Halal Tourism Website* (website [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com)). Sama halnya dengan Facebook website wonderfullomboksumbawa menyediakan berbagai informasi secara lengkap mulai dari destinasi wisata,



akomodasi hotel, homestay dan transportasi berupa sewa rental. Memberikan informasi secara berkerlanjutan dan tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisata.

## 2. Website resmi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat

Website resmi Dinas Pariwisata Prov. NTB ini digunakan juga sebagai salah satu alat untuk mempromosikan wisata provinsi NTB. Website ini banyak memberikan informasi namun informasi yang lebih formal mulai dari informasi publik yang terdiri dari statistik kunjungan wisatawan dan tingkat hunian hotel, beberapa laporan kinerja Dinas Pariwisata Prov. NTB, layanan database pemasaran dan destinasi serta layanan regulasi mengenai peraturan-peraturan daerah. Tujuannya tetap sama saja yaitu untuk memudahkan wisatawan mendapatkan informasi dalam melakukan kegiatan berwisata.

### 4.3.3.3 WOM (Word of Mouth)

Komunikasi dari mulut ke mulut atau WOM (*word of mouth*) merupakan salah satu komunikasi yang efektif untuk mempromosikan suatu produk atau jasa dengan memberikan informasi secara personal. Metode promosi dilakukan oleh masing-masing personal sehingga dampaknya dapat terasa langsung oleh wisatawan. Dinas Pariwisata Prov. NTB mengharapkan kepada para wisatawan setelah berlibur atau berkunjung ke Lombok dapat membawa dampak yang positif untuk para calon wisatawan asal negara atau daerah wisatawan tersebut. Fasilitas-fasilitas yang disediakan dan dilengkapi dengan kemudahan untuk para wisatawan juga diharapkan membuat nilai dari destinasi

wisata Lombok semakin menarik minat para wisatawan untuk datang berkunjung kembali.

#### 4.3.3.4 Trade Show/ Event

Trade Show atau event merupakan strategi yang biasa digunakan untuk mempromosikan suatu produk wisata. Dinas Pariwisata Prov. Nusa Tenggara Barat selalu membuat event tiap tahun berdasarkan tema dan produk wisata baru yang akan dipromosikan. Semenjak pulau Lombok meraih beberapa penghargaan dari tahun 2015 sampai tahun 2016 berturut-turut di ajang *World Halal Tourism Award* maka Dinas Pariwisata semakin gencar dalam mempromosikan wisata halal salah satunya melalui beberapa event. Menurut peneliti strategi dalam mempromosikan destinasi wisata melalui event berperan sangat penting.

Dengan diselenggarakannya event maka secara langsung pemerintah akan mengundang beberapa pers untuk meliput serangkaian dari acara selama event tersebut berlangsung. Dimulai pada tahun 2015 diselenggarakan event International dimana tujuan dari event tersebut mempromosikan wisata dengan menjual paket wisata yang dihadiri oleh para jasa agen perjalanan wisata. Kemudian pada tahun 2016 pemerintah Kabupaten Lombok Timur juga menyelenggarakan Festival Muharram untuk menambah identitas religionalitas pulau Lombok. Dan tahun 2017 Dinas Pariwisata membuat satu event yaitu Festival Pesona Khazanah Ramdahan yang diselenggarakan di Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Center kota Mataram.

Dampak yang diharapkan dari adanya *event-event* tersebut adalah untuk menjadi informasi sarana dan prasaranan untuk calon wisatawan untuk semakin

meningkatkan kunjungan wisatawan, serta untuk masyarakat daerah sendiri juga agar masyarakat dapat lebih mengenal dan mengetahui bahwa provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki obyek wisata yang menarik.

#### **4.3.4 Kendala Dalam Pengembangan Wisata Halal**

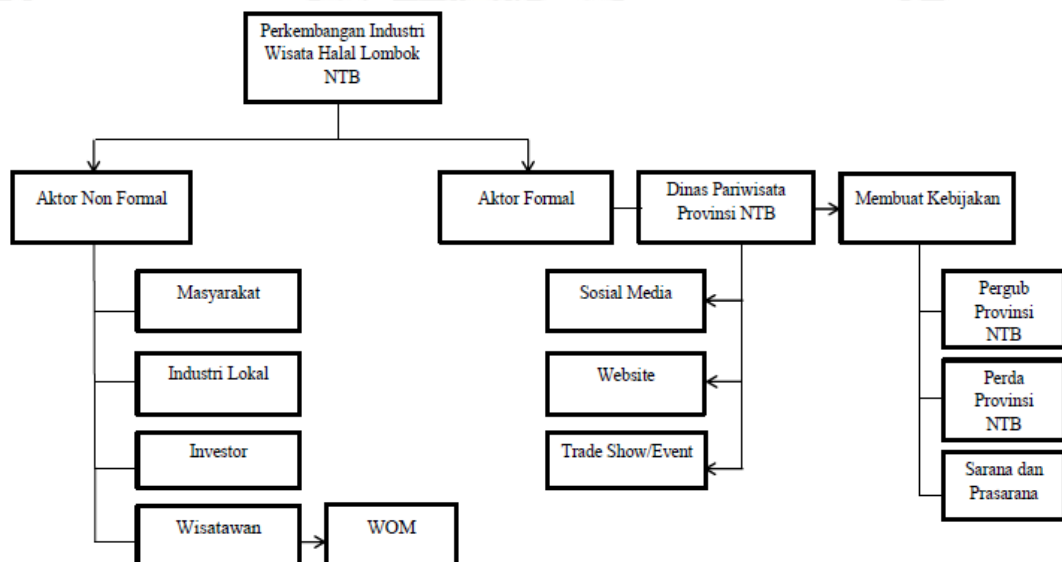
Dalam melakukan kegiatan promosi suatu produk wisata tentunya mengalami sebuah kendala ataupun kekurangan. Dari segi fasilitas yang sudah termasuk dari kriteria-kriteria wisata halal yang dilakukan oleh pemerintah cukup berjalan dengan baik. Namun dalam proses implementasiannya masih sangat dibutuhkan kerjasama satu visi, misi dan bahasa semua pimpinan daerah, sehingga otonomi daerah juga mampu menjadi kunci dalam pengembangan daerah itu sendiri. Tidak hanya dari pimpinan daerah atau pemerintah saja sebagai aktor formal mempunyai peran dan tugas penting dalam mempromosikan wisata halal ini, salah satunya membuat suatu kebijakan untuk melaksanakan pengembangan industri wisata halal dengan diterbitkannya Peraturan Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 51 Tahun 2015 dan Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 2 Tahun 2016.

Peran penting dari aktor non formal juga sangat dibutuhkan, seperti masyarakat dan para industri lokal adalah aktor-aktor pendukung untuk keberhasilan Lombok menjadi daerah wisata halal. Dimana hal tersebut dapat menjadikan keuntungan untuk kesejahteraan ekonomi serta berdampak positif bagi masyarakat itu sendiri. Dalam proses pengembangan industri halal di provinsi Nusa Tenggara Barat khususnya di pulau Lombok pemerintah lebih dapat memprioritaskan masyarakat agar mengambil SDM dari masyarakat

Lombok sendiri untuk mengurangi tingkat pengangguran sehingga tidak mencari SDM dari luar pulau Lombok.

Ada banyak faktor yang akan membuat wisata halal provinsi Nusa Tenggara Barat menjadi salah satu provinsi yang memiliki daya tarik berskala international dari segi pariwisatanya. Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melakukan strategi untuk mempromosikan wisata halal dapat lebih baik lagi agar tercapainya target 2 juta untuk kunjungan wisatawan pada tahun 2019. Harus lebih banyak memanfaatkan sarana dan prasana untuk lebih gencar melakukan strategi promosi wisata halal. Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Prov. NTB dalam mengembangkan wisata halal sebagai acuan atau tantangan untuk lebih gencar dalam mengembangkan wisata halal pulau Lombok.

#### 4.3.5 Model Pengembangan Industri Wisata Halal



**Bagan 1. Model Pengembangan Industri Wisata Halal**

Sumber : Diolah peneliti

Berdasarkan pada bagan model pengembangan industri wisata halal dapat dijelaskan yaitu, adanya aktor yang berperan penting untuk mendukung, turut ikut berpartisipasi serta membantu mensukseskan wisata halal Lombok, provinsi Nusa Tenggara Barat. Adapun aktor-aktor yang berperan dalam pengembangan industri wisata halal Lombok yaitu, aktor formal dan aktor non formal. Aktor formal yaitu pemerintah, Dinas Pariwisata provinsi Nusa Tenggara Barat salah satu institusi pemerintah yang berperan sangat penting dalam pengembangan industri wisata halal. Berdasarkan visi dan misi yang sejalan dengan proses pengembangannya. Terbitnya Peraturan Gubernur (pergub) dan Peraturan Daerah (perda) semakin kuat untuk mendukung provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai tujuan destinasi wisata halal.

Adanya kriteria-kriteria dari wisata halal seperti fasilitas tempat beribadah untuk wisatawan, makanan dan minuman yang sudah terjamin halal, akomodasi ramah wisatawan Muslim merupakan sarana dan prasana peluang dalam pengembangan wisata halal. Tujuannya adalah untuk menarik minat kunjungan wisatawan dan membuat wisatawan merasa aman dan nyaman. Dinas Pariwisata Prov. NTB melakukan strategi untuk mempromosikan wisata halal dimana target utamanya adalah wisatawan Muslim mancanegara. Strategi dilakukan mulai dari mempromosikan wisata halal melalui sosial media seperti Instagram dan Facebook, melalui website resmi Dinas Pariwisata Prov. NTB , website [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com) . Wisatawan yang memiliki minat untuk berkunjung ke Lombok dan menikmati wisata halal akan mendapatkan beberapa gambaran lokasi dan tempat wisata serta hal yang paling penting mengenai informasi seputar data akomodasi hotel, home stay dan sewa rental kendaraan.

Sehingga wisatawan tidak kesulitan untuk mengakses semua kebutuhan-kebutuhan untuk berkunjung. Tidak hanya melalui sosial media saja, aktivitas Dinas Pariwisata Prov. NTB untuk mempromosikan wisata halal Lombok yaitu dengan menyelenggarakan event. Dimana event ini bertujuan untuk lebih memperkenalkan produk wisata kepada masyarakat, calon wisatawan dan investor. Menurut peneliti event juga merupakan strategi yang sangat berperan penting untuk mempromosikan suatu produk wisata yang baru.

Peran-peran yang juga harus mendukung pengembangan wisata halal Lombok yaitu peran dari aktor non formal. Aktor dari non formal seperti masyarakat, masyarakat daerah sebagai aktor non formal harus tahu dan mengerti bahwa daerahnya tersebut mempunyai potensi wisata, sehingga mereka dapat membantu pemerintah dalam pengembangan pariwisata. Adanya industri lokal merupakan faktor pendukung untuk keberhasilan daerah, industri lokal sangat khas dengan budaya dan kearifan lokal Lombok sehingga dapat membuat minat para wisatawan untuk berkunjung. Investor juga salah satu peran penting dalam pengembangan industri wisata halal Lombok. Adanya investor dinilai mempunyai nilai feedback yang menguntungkan. Peran aktor formal maupun non formal merupakan peran-peran penting untuk terus mengembangkan industri wisata halal Lombok, NTB. diharapkan peran dari kedua aktor dapat terus berkomitmen agar Lombok menjadi daerah wisata halal terbaik dan dapat dikenal lebih luas lagi oleh wisatawan mancanegara.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan subjek penelitian langsung yakni Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, oleh pemerintah provinsi Nusa Tenggara Barat sudah layak dikatakan cukup berhasil walaupun masih ada beberapa proses perbaharuan. Sebagai salah satu daerah yang ditetapkan sebagai destinasi wisata halal, dengan pembangunan wisata halal di Lombok menjadikan NTB mendapat penghargaan dari dunia internasional melalui ajang *World Halal Tourism Summit 2015* dan *World Halal Travel Award 2016*.

Keberhasilannya memperoleh dua tahun berturut-turut pada tahun 2015 sebagai *World Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination*, pada tahun 2016 sebagai Novotel Lombok Resort & Villas, Lombok, Nusa Tenggara Barat sebagai *World's Best Halal Beach Resort*, kedua situs web [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com) sebagai *World's Best Halal Tourism Website*, ketiga Sembalun Village Region, Lombok, Nusa Tenggara Barat sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination*.

Namun adapun kriteria-kriteria yang menjadikan daerah tersebut sebagai destinasi halal wisata halal, pemerintah daerah harus terus melakukan beberapa upaya untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang baik. Terutama dalam

pariwisata halal, diantaranya mulai dari produk makanan dan minuman yang memiliki jaminan halal dan tempat makan yang ramah terhadap wisatawan muslim, fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan wisatawan muslim untuk melakukan ibadah, kemudian Sumber Daya Manusia juga harus sudah dipersiapkan untuk melakukan kegiatan wisata halal, sampai dengan tahap promosi yang baik. Pemerintah daerah juga dalam menjaga keamanan dan kenyamanan wisata, melakukan kerjasama dengan pihak aparat yang memiliki kewenangan seperti Polisi dan TNI, serta turut andil masyarakat menjadi sangat penting untuk menjaga keamanan secara umum.

Pariwisata halal ini diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan muslim khususnya ke provinsi NTB, karena salah satu indikator utama keberhasilan pariwisata suatu daerah adalah pengunjung yang datang terus mengalami peningkatan. Sektor pariwisata halal ini juga merupakan adalah pilihan, setelah menetapkan diri sebagai destinasi halal tidak kemudian meninggalkan pariwisata konvensional, karena wisata halal ini merupakan tambahan baru dalam sektor pariwisata yang ada di NTB. Jadi, pariwisata halal dan konvensional ini berjalan beriringan. Serta, adanya dukungan dari semua pihak tentunya menjadi sangat penting untuk mewujudkan Lombok sebagai destinasi wisata halal.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Para akademisi terutama jurusan Ilmu Komunikasi, pada penelitian selanjutnya adalah membahas dampak yang terjadi setelah menegaskan diri

sebagai destinasi wisata halal. Dapat diambil dari sudut pandang peningkatan jumlah kunjungan wisata, kemudian melihat dampak secara keseluruhan terutama dampak dari sisi ekonomi bagi masyarakat Lombok atau lebih khusus pada dampak pembangunan ekonomi daerah yang menjadi tujuan wisata halal, seperti melihat berapa banyak investasi yang datang.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran untuk pemerintah daerah, khususnya melalui Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) lebih menambah fasilitas-fasilitas umum yang mendasar sebagai pendukung kenyamanan di setiap destinasi. Seperti toilet umum, tempat sampah. Memperbaiki secara intensif kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan wisata halal. Kemudian lebih giat memberikan edukasi tentang sadar wisata, khususnya wisata halal kepada masyarakat karena memiliki peranan penting untuk ikut mewujudkan kesuksesan dari wisata halal tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Y. O. (1983). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Berkunjung ke "Kampung Halal" Karang Jangkong Mataram*. (t.thn.). Dipetik Juli 14, 2018, dari Radar Lombok: <https://radarlombok.co.id/berkunjung-ke-kampung-halal-karang-jangkong-mataram.html>
- Branding "Friendly Lombok" Resmi Diluncurkan*. (t.thn.). Dipetik Juli 10, 2018, dari Radar Lombok: <http://www.radarlombok.co.id/branding-friendly-lombok-resmi-diluncurkan>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Halal Fair*. (t.thn.). Dipetik Juli 10, 2018, dari Jakarta Post: <http://www.thejakartapost.com/travel/2016/09/19/west-nusa-tenggara-to-host-halal-fair.html>
- Hamzah Maulana M, Y. Y. (2015). *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*. Dipetik Agustus 4, 2017, dari <http://catatanek18.blogspot.co.id>: <http://catatanek18.blogspot.co.id/2015/02/analisis-komparatif-potensiindustri.html>
- Islamic Center, Ikon Wisata Halal NTB*. (t.thn.). Dipetik Juli 10, 2018, dari Radar Lombok: <https://radarlombok.co.id/islamic-center-ikon-wisata-halal-ntb.html/2>
- Jaelani, A. (2017). *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*.
- Jawara World Halal Tourism Award 2016, Lombok Makin Banjir Wisman*. (t.thn.). Dipetik Juli 20, 2018, dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2676975/jawara-world-halal-tourism-award-2016-lombok-makin-banjir-wisman>
- Kemenpar. (2012). *Kemenpekrif Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia*. Dipetik Agustus 4, 2017, dari <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042>
- Lombok Raih Penghargaan Destinasi Halal Terbaik Dunia*. (t.thn.). Dipetik Juli 20, 2018, dari <https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2015/10/21/81558/lombok-raih-penghargaan-destinasi-halal-terbaik-dunia.html>
- Lombok Terus Tingkatkan Branding Wisata Halal*. (t.thn.). Dipetik Juli 20, 2018, dari <http://news.royalindonesia.id/lombok-terus-tingkatkan-branding-wisata-halal/>

- MasterCard, & C. (2015). *Global Muslim Tourism Index*. Dipetik Agustus 4, 2017, dari [www.crescenrating.com](http://www.crescenrating.com): <http://www.crescenrating.com/mastercard-crescenrating-globalmulsim-travel-index.html>
- Moleong, (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- NTB, P. P. (2016). *Kondisi Geografis Nusa Tenggara Barat*. Dipetik Agustus 6, 2017, dari [www.ntbpov.ntb.go.id](http://www.ntbpov.ntb.go.id)
- Pendidikan, D. K. (1994). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- PewResearchCenter. (2010). *Global Religious Futures*. Dipetik Agustus 6, 2017, dari <http://www.globalreligiousfutures.org>
- Rachmat, K. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Razzaq, S. H. (2015). *The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market-Or Not*. Dipetik Agustus 6, 2017, dari <https://canterbury-nz.academia.edu>: [https://www.academia.edu/12107406/The\\_capacity\\_of\\_New\\_Zealand](https://www.academia.edu/12107406/The_capacity_of_New_Zealand)
- Reuters, T. &. (2014-2015). *State of the Global Islamic Economy*. Dubai: Dubai the Capital of Islamic Economy.
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- (2009). Dalam I. K. Syafiie, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- UNWTO. (t.thn.). *Religious Tourism in Asia and the Pasific*. Dipetik Agustus 8, 2017, dari <http://publications.unwto.org/>: [http://publications.unwto.org/sites/all/files/pdf/110325\\_religious\\_tourism\\_excerpt.pdf](http://publications.unwto.org/sites/all/files/pdf/110325_religious_tourism_excerpt.pdf)
- Voa-Islam.com. (t.thn.). Dipetik Juli 14, 2018, dari Forum Jurnalis Muslim (Forjim) Jalin Kerjasama Parwisata Halal dengan IITCF: <http://www.voa-islam.com/read/indonesiana/2018/05/31/58227/forum-jurnalis-muslim-#sthash.AeCkH9zH.8kTIHlym.dpbs>